



COMMUNIQUE DE PRESSE
LA DÉFENSE, LE 5 DECEMBRE 2018

OUI.sncf, pionnier du e-commerce français et fer de lance de la stratégie digitale SNCF fête son 1^{er} anniversaire

- *Plus de personnalisation, plus de conversations et plus d'assistance*
- *Forte croissance avec une progression des transactions de 12,5% sur l'ensemble de l'année par rapport à 2017*
- *Une stratégie d'innovation conversationnelle en phase avec les attentes des Français : 75% sont prêts à suivre les conseils d'un bot sur l'ensemble d'un parcours d'achat jusqu'au paiement.*

Ce mercredi 5 décembre, Rachel Picard, directrice générale de Voyages SNCF (OUIGO, TGV InOUI, et OUI.sncf) et Alexandre Viros, directeur général de OUI.sncf, ont présenté **le bilan réussi de OUI.sncf un an après ce changement d'ampleur**. Plus encore qu'un nouveau nom, OUI.sncf porte de fortes ambitions pour **inscrire le premier e-commerçant français au plus près des attentes de ses clients et au cœur de la stratégie digitale du groupe SNCF**.

La logique de co-construction et la capacité de compréhension des attentes en font la pierre angulaire du projet e-voyageurs SNCF, qui apporte toujours plus de services aux Français. La stratégie d'innovation de OUI.sncf s'affirme notamment par une position unique sur le registre conversationnel avec OUIbot, une interface plébiscitée pour ses services et sa personnalité, selon une étude menée avec l'institut CSA pour OUI.sncf. Le bot réunit plus de 5 000 utilisateurs chaque jour.

De Voyages-sncf.com à OUI.sncf : un pari réussi et la croissance au rendez-vous

Dix-huit ans après sa création, et un an après avoir opéré un changement majeur en passant de Voyages-sncf.com à OUI.sncf, le pionnier du e-commerce français et leader des sites de e-tourisme poursuit sa croissance avec une **augmentation de 12,5% des transactions en France et en Europe** cette année par rapport à 2017. Son audience atteint **16 millions de visiteurs uniques par mois** et sa notoriété a progressé de 14 points depuis le lancement de OUI.sncf.

« Je suis très fier de fêter aujourd'hui le premier anniversaire de OUI.sncf, à un moment très particulier de notre histoire. Nous faisons « pivoter » le premier e-commerçant français d'un moteur de recherche à un moteur conversationnel, d'un site transactionnel à un site relationnel. Les chiffres montrent que nous avons réussi notre pari. Notre objectif est de rendre le plus simple possible les voyages de nos millions de clients : nous nous en donnons les moyens en innovant sans cesse, à l'écoute de leurs attentes et notre écosystème. En ce sens, nous renforçons notre mission sur les services de mobilités. Notre client est aujourd'hui multimodal, OUI.sncf doit le devenir aussi », commente **Alexandre Viros, directeur général de OUI.sncf**.

« Notre boussole, c'est la croissance du nombre de voyageurs ! Nous nous sommes réinventés pour nous adapter aux nouvelles attentes de nos clients, pour offrir du choix et faire simple. Car le choix, c'est la liberté ; l'offre qui convient à chacun, selon ses moments, ses envies, ses besoins », précise **Rachel Picard, directrice générale de Voyages SNCF**. « Sur OUI.sncf, nous ouvrons le choix à des modes de transports complémentaires au train, nous construisons des combinaisons multimodales attractives pour mieux répondre aux différents besoins de mobilités. Et pour faire simple, il faut sans cesse écouter les clients, les regarder, les connaître, tester et améliorer. C'est notre méthode pour que le simple soit toujours plus intuitif. »

OUI.sncf, une vitalité affirmée sous le signe de l'innovation, la confiance et la simplicité :

- **L'innovation** : fidèle à son esprit pionnier, OUI.sncf a tracé la voie de l'innovation en étant à l'origine, d'une longue série de « premières fois » dont :
 - le premier à lancer un site e-commerce de vente de billets de train en France en 2000, le premier à proposer le billet à imprimer depuis chez soi en 2003, le premier à se lancer sur le mobile en 2007 puis le premier billet dématérialisé en 2009. En octobre dernier, la part des commandes (57%) effectuées sur l'application a dépassé celles du site.
 - Depuis peu, le premier billet réservable directement en conversant avec un bot sur son site grâce à OUIbot lancé en 2017.
- **La confiance** : 20 millions de clients font confiance à OUI.sncf, c'est le reflet d'un lien fort et d'une histoire unique avec les Français. Pour beaucoup d'entre eux, Voyages-sncf.com a été le premier site sur lequel ils ont accepté de faire leur premier achat en ligne, avec leur carte bancaire, à sa création en 2000. Aujourd'hui, ils achètent en moyenne 6 voyages par an (1 voyage par an de plus qu'en 2017).
- **La simplicité** : avec OUI.sncf, tout passe au prisme de la simplicité, sur chaque interface grâce à des équipes dédiées à l'optimisation quotidienne de l'expérience utilisateurs. Ces équipes sont clés dans la nouvelle relation que OUI.sncf nouent avec ses clients et elles évoluent en permanence sur les nouveaux métiers pour fluidifier les parcours des utilisateurs via des contenus efficaces et pertinents à chaque étape et sur toutes les interfaces. Et ça marche, près de 3 utilisateurs sur 5 estiment que OUI.sncf simplifie la réservation du voyage. Sur l'application par exemple, les derniers trajets recherchés remontent et, grâce à l'intelligence artificielle, les voyages imminents les plus probables sont proposés.

L'expérience client au cœur des ambitions de OUI.sncf à travers trois parti-pris majeurs :

OUI.sncf utilise toutes les opportunités du digital pour une expérience client renouvelée, toujours plus ambitieuse, avec :

- **Plus de personnalisation et de pertinence** :
 - Lorsqu'un client est connecté à son compte, son parcours et les services proposés ne seront pas les mêmes selon son profil : pro, senior, jeunes, familles, ...
 - **L'Alerte Petits Prix**, qui rencontre un vif succès depuis son lancement il y a un an. Les clients de OUI.sncf indiquent quelle destination les intéresse, quel jour et à quel prix ; dès que ce prix est disponible, il leur est adressé par mail, via Messenger ou via une notification sur leur téléphone. Plus de 2,4 millions de notifications ont déjà été envoyées.
 - Les abonnés TGVmax ont accès à **une carte interactive exclusive** qui leur propose des idées de destinations et de loisirs associés parmi plus de 170 destinations disponibles dans le cadre de leur abonnement.
- **Plus de conversations là où se trouvent les clients** :
 - Avec **OUIbot, le robot conversationnel de OUI.sncf**, il est maintenant possible de faire un parcours complet sans rupture, de la recherche de billet à l'achat. Aujourd'hui, plus de 5 000 personnes s'adressent chaque jour à cet assistant directement sur la page d'accueil de OUI.sncf.
 - **Le mobile en tête des usages** : l'application sur mobile, devenue le premier canal de contact avec les clients du groupe totalise 17 millions de téléchargements uniques. Le mobile concentre les deux tiers de l'audience globale et la barre du milliard d'euros de volume d'affaires réalisé sur mobile a été franchi l'année dernière.
 - **Un accompagnement sur toutes les plateformes** : OUI.sncf est arrivé parmi les premières entreprises en France sur Facebook Messenger dès 2016 et l'Assistant Google en 2017. Aujourd'hui, la marque continue de se développer sur toutes les plateformes et interfaces utilisées par les voyageurs tout en proposant une expérience conversationnelle sur ses propres interfaces.
 - **Facebook Messenger** : à l'écrit pour faire une recherche de billets de train, réaliser une réservation TGVmax de A à Z, configurer une [Alerte Petits Prix ou un message pour recevoir son numéro de quai 20 minutes avant son départ, etc.](#) ;
 - **Assistant Google** : à l'écrit et avec la voix pour rechercher et poser une option sur un billet de

- train. Un abonné TGVmax peut quant à lui réaliser l'intégralité de sa réservation ;
 - [Amazon Alexa](#) : à l'écrit et avec la voix pour consulter les horaires de train et les tarifs d'un trajet ;
 - [Siri d'Apple](#) : avec la voix pour afficher son voyage ou son e-billet en prononçant un seul mot choisi par l'utilisateur.
- **Plus d'assistance avec une relation client multicanale :**
 - **Un service client 7 jours sur 7 et 24 heures sur 24**, quels que soient la demande et le format (voix ou écrit) ;
 - Un **accès au service client OUI.sncf** où que l'on se trouve sur le site et en un clic si l'information recherchée n'est pas trouvée ;
 - Un service client disponible aussi sur les réseaux sociaux **Facebook et Twitter** avec la garantie d'une réponse en moins de 2 heures.

A l'ère des robots, une vision unique de l'économie conversationnelle au plus près des attentes des Français

Etude CSA pour OUI.sncf

OUI.sncf dévoile les résultats d'une étude menée en exclusivité avec l'institut CSA sur les Français et les outils conversationnels. A l'heure où ces outils et les robots changent les normes des interactions, et où l'Intelligence Artificielle permet de faire converser hommes et machines avec toujours plus de pertinence, les Français ont des attentes bien précises sur ces questions.

- **Le portrait du robot idéal par les Français :**
 - **R2D2 et Wall-e** : les deux robots chouchous des Français
 - R2D2 assistant idéal pour près d'1/3 des Français (32%) devant Wall-e (20%)
 - Wall-e en 1^{ère} position chez les moins de 35 ans (32%)
 - Près d'1 Français sur 2 préfère converser avec un robot qui reste un avatar imaginaire tout en ayant quelques traits humains (47%)
 - Le robot idéal pour les Français ? Plutôt féminin pour 43%, mais surtout jeune et expressif (87%)
- **Les Français face aux robots : polis mais plus exigeants**
 - Des robots traités avec politesse par une majorité de Français (62%)... qui sont cependant plus nombreux à attendre le même niveau de courtoisie que de la part d'un humain (82%)
- Près d'1 Français sur 4 a déjà eu une conversation avec un robot en pensant qu'il s'agissait d'un humain (24%)
- 78% des Français prêts à suivre les conseils d'un robot sur l'ensemble d'un parcours d'achat jusqu'au paiement

Ensemble des résultats disponibles sur demande - Etude réalisée en ligne du 22 au 26 novembre 2018 auprès de 1003 Français âgés de 18 ans et plus.

À PROPOS DE OUI.SNCF

OUI.sncf, le nouveau nom de Voyages-sncf.com depuis le 7 décembre 2017, est le pionnier du e-commerce français et fer de lance de la stratégie digitale clients du groupe SNCF. Sous le signe de l'innovation, de la confiance et de la simplicité, OUI.sncf est à la fois un moteur conversationnel et un site relationnel, qui met l'expérience client au cœur de ses ambitions. OUI.sncf propose plusieurs offres de transporteurs tels que TGV INOUI, OUIGO, INTERCITÉS, TER, Eurostar, Thalys, TGV Lyria ; trois compagnies de bus, 400 compagnies aériennes ; 500 000 offres d'hôtels référencés ; plus de 5 000 offres de séjours au ski ; 30 loueurs de voitures, etc. OUI.sncf fait partie du groupe e-voyageurs SNCF, présent dans 11 pays européens et 45 dans le reste du monde via ses marques Rail Europe et Loco2, et un total de 67 sites internet et mobiles. OUI.sncf emploie plus de 1 250 personnes dont deux tiers dédiés aux marchés français et européens.

Pour plus d'informations : <https://www.oui.sncf/>

CONTACTS PRESSE OUI.SNCF :

Agence HOPSCOTCH

Mélanie Rodrigues - 01 41 34 23 94 – mrodrigues@hopscotch.fr

Hélène Bléher - 01 41 34 18 65 – hbleher@hopscotch.fr