

RENOUVELER L'EXPÉRIENCE CLIENT AVEC KEOLIS



REVUE D'INITIATIVES 2022

Sommaire

CO-CONSTRUIRE AVEC LES VOYAGEURS
POUR TOUJOURS MIEUX LES SERVIR4

LUTTER CONTRE LE HARCÈLEMENT
POUR OFFRIR PLUS DE SÉRÉNITÉ6

TIRER PARTI DU DIGITAL POUR SIMPLIFIER
LES PARCOURS ET FLUIDIFIER L'EXPÉRIENCE8

DES CAMPAGNES DE COMMUNICATION TOUJOURS
+ ENGAGÉES ET MULTICANALES 10



Les prix 2022 récompensant l'expérience client Keolis



Partout dans le monde, Keolis déploie des mobilités attentives à tous, pour des territoires proches de chacun.

Depuis la pandémie, **chaque filiale a redoublé d'efforts, d'originalité et parfois d'audace pour séduire les voyageurs**, assurer une alternative à l'autosolisme et promouvoir les mobilités partagées : écoute des passagers, accessibilité, sécurité des femmes, digitalisation, écologie...

En partenariat avec chaque Autorité Organisatrice de Mobilité et grâce à l'implication constante de nos collaborateurs, nous nous engageons à travers une multiplicité d'initiatives. Imaginées et expérimentées sur le terrain, certaines des réalisations présentées dans ce document ont été lauréates des Keolis Customer Experience Awards 2022 et récompensées par des instances nationales et internationales.

Inspirantes et utiles, toutes concourent à une expérience client positive, génératrice de satisfaction et de préférence !



CO-CONSTRUIRE AVEC LES VOYAGEURS POUR TOUJOURS MIEUX LES SERVIR

Avec la Fabrique STAR, les citoyens dessinent le réseau

KEOLIS RENNES

En amont de la mise en service de la deuxième ligne de métro de l'agglomération rennaise en septembre 2022, les voyageurs ont pu donner leur avis sur le nouveau réseau STAR. Sur le site fabrique.star.fr, près de 700 contributions ont été reçues. Une vingtaine de demandes ont fait l'objet d'une étude de modification du réseau... et une quinzaine d'entre elles ont reçu une suite favorable (création de lignes, ajout d'arrêts)! Forte du soutien de Rennes Métropole, cette initiative est une première nationale: elle a préparé le lancement du nouveau réseau et dynamisé l'image de STAR... un dispositif pérennisé pour garder le lien avec les citoyens.



Une signature de service unique et inclusive co-construite avec les voyageurs et les agents

KEOLIS DOWNER ADÉLAÏDE

En Australie, le nouveau réseau ferroviaire d'Adélaïde a défini sa « Signature de Service ». Une démarche Keolis qui permet de co-construire les standards de service avec toutes les parties prenantes, et dans une symétrie d'attention voyageurs-agents. Un module de formation spécialement développé localement est désormais partageable avec

tous les réseaux du Groupe Keolis. Parmi les axes clés: l'accueil et l'information des personnes en situation de fragilité. Un outil a été spécifiquement conçu dans cette optique: le Communication Access Symbol. En pratique, le personnel est muni d'une tablette: des pictogrammes apparaissent, permettant un échange aisé avec tout public.



Le label ACCEV, pour une agence 100 % accessible



KEOLIS TOURS

L'agence commerciale de Fil Bleu, le réseau de transport de la métropole de Tours, a obtenu le label ACCEV qui reconnaît « la véritable qualité pour tous ». Au-delà de l'aménagement des matériels roulants, des adaptations de voirie et de l'information voyageurs, indispensables à l'accessibilité, Fil Bleu souhaite continuer à recevoir tous les publics dans les meilleures

conditions possibles. Bienveillant, le personnel d'accueil est formé à la prise en compte des vulnérabilités. Au terme d'échanges enrichissants avec les associations de handicapés, ce label a été obtenu pour trois ans. Une réalisation emblématique de la démarche accessibilité UniK, déployée dans l'ensemble du Groupe Keolis.



La voix des clients, écoutée à chaud et en continu

KEOLIS BORDEAUX MÉTROPOLE

Afin de toujours mieux connaître le ressenti des voyageurs, sans attendre les résultats d'enquêtes annuelles, Keolis Bordeaux Métropole a déployé une solution permettant de recueillir à chaud les avis des voyageurs... Issus de différents canaux, près de 20 000 verbatims de clients ont été partagés en temps réel aux équipes concernées. Résultat: une réponse plus rapide et plus précise aux attentes des passagers.

Les meilleurs ambassadeurs seront toujours les voyageurs

KEOLIS ARMOR

Fin 2021, 52 clients ont participé à un grand casting organisé en gare routière de Rennes. Se prêtant à la séance photo, ils ont partagé leur expérience du réseau BreizhGo. Dix profils ont été retenus: un enfant, deux étudiants, cinq actifs et deux seniors. Leurs visages et leurs citations ornent à présent les campagnes de communication du réseau (autocars, affichage urbain, presse, Waze, etc.)! L'opération a été menée en partenariat avec les autres transporteurs de BreizhGo en Ile-et-Vilaine, ilévia et Transdev Bretagne.





LUTTER CONTRE LE HARCELEMENT POUR OFFRIR PLUS DE SÉRÉNITÉ

L'alliance d'agents et de travailleurs sociaux pour une présence terrain active et visible

KEOLIS AMEY METROLINK

Keolis Amey Metrolink s'engage pour la sécurité de toutes et tous. Des jeunes travailleurs sociaux de l'organisation caritative Manchester YouthZone ont été déployés sur l'ensemble du réseau Metrolink. Ils ont l'objectif de créer un lien avec les jeunes afin de prévenir les incivilités ou la fraude. Un plan d'action global pour améliorer la sécurité des femmes a également été co-construit avec les voyageurs. Campagne d'affichage, renforcement de la vidéosurveillance, formation du personnel, solutions de signalement... Grâce à cette initiative, la satisfaction et le sentiment de sécurité ont augmenté de 18% pendant la journée et de 5% la nuit.



Ensemble contre les violences sexistes

GROUPE KEOLIS

Keolis fait barrage contre les atteintes sexuelles et sexistes dans les transports. En 2021 et en 2022, lors de la journée internationale de lutte contre les violences faites aux femmes, une campagne multisupport (affichage, stickers, bannières web et réseaux sociaux) a été déployée par 16 filiales. Elle a rappelé que les « mains baladeuses » tout comme les insultes sexistes sont interdites dans les transports publics.



Le réseau "Demandez Angela", bien plus qu'un mot de passe

KEOLIS BORDEAUX MÉTROPOLE

Afin de lutter contre le harcèlement et venir en aide à toute personne se sentant en situation d'insécurité, la ville de Bordeaux, Keolis Bordeaux et plus d'une vingtaine d'établissements privés ont activé le réseau «demandez Angela». Les équipes de sûreté du réseau de transport partagent un mot de passe pour intervenir plus rapidement. Auprès d'un agent ou en borne d'appel, quels que soient son âge, son genre ou sa condition, toute personne n'a qu'à dire «Angela» pour être aidée. Plus de 135 personnes ont ainsi été formées à venir en aide aux victimes ou aux témoins de harcèlement.



Du signalement à l'accompagnement des victimes

KEOLIS LYON

Pour Keolis Lyon, la lutte contre le harcèlement sexiste est une priorité! Les personnes victimes ou témoins de faits d'insécurité et/ou d'agressions sexistes ou sexuelles sont invitées à les signaler. C'est possible via le site, l'appli, les réseaux sociaux du réseau, comme auprès du conducteur. En complément des campagnes de communication pour dissuader les agresseurs et des dispositifs de surveillance et d'alerte (caméras, interphone, agents TCL, policiers...), un suivi personnalisé et immédiat est proposé aux victimes pour les accompagner dans leurs démarches consécutives à une agression.



La marche exploratoire comme point de départ

KEOLIS LILLE MÉTROPOLE

Afin de favoriser la mobilité de toutes et tous sur le réseau ilévia, Keolis Lille Métropole fait reculer les manifestations sexistes. Suite aux propositions issues de marches exploratoires de femmes, Keolis Lille a défini un plan d'action complet: formation des agents au contact, relooking des bornes d'appel d'urgence, organisation d'événements sur le réseau et généralisation de la descente à la demande en soirée. Une majorité de métiers de la filiale ont été impliqués.



TIRER PARTI DU DIGITAL POUR SIMPLIFIER LES PARCOURS ET FLUIDIFIER L'EXPÉRIENCE

Une agence virtuelle très humaine

KEOLIS GRAND NANCY

STAN, le réseau de transport de l'agglomération nancéienne, a lancé le 18 juillet 2022 une «agence virtuelle» qui améliore la souscription des titres en ligne. En visioconférence, le client est accompagné par un vrai collaborateur qui

guide dans le choix de l'abonnement, explique le fonctionnement du réseau, montre comment s'inscrire aux «infos trafic», etc. C'est aussi bien qu'en agence! Bien mieux qu'un chatbot, la visio rassure et humanise.

Des QR codes pour voyager et pour s'informer

KEOLIS HYDERABAD + KEOLIS PAYS D'AIX

Dans le métro d'Hyderabad, en Inde, tout est très digitalisé. Les clients achètent leur ticket depuis leur téléphone via l'appli TSavaari qui centralise toute l'information (plan du réseau, aménagement des stations, horaires des trains, historique des trajets, montant du crédit disponible, etc.). Les clients qui ne disposent pas de l'appli achètent, eux, leur ticket en station. Depuis 2022, ils reçoivent le QR code correspondant sur Whatsapp! Le QR code se développe aussi au service de l'information voyageurs, comme au sein du réseau Aixenbus, à Aix-en-Provence: à chaque arrêt, les voyageurs flashent un QR code et savent quand leur bus arrive, s'il y a des perturbations, etc.



L'affluence à bord pour donner le choix du confort

KEOLIS LYON + KEOLIS BESANÇON MOBILITÉS + KEOLIS ÎLE-DE-FRANCE

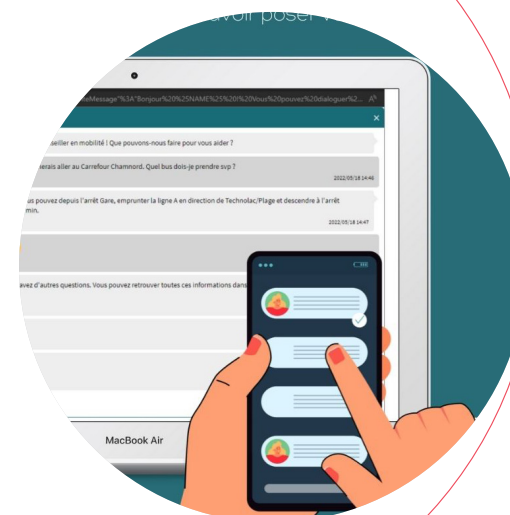
Les passagers n'aiment pas voyager en période de forte affluence, surtout depuis la pandémie. Sur trois lignes lyonnaises, l'appli TCL Live affiche le pictogramme du véhicule à l'approche en trois couleurs: vert, jaune ou rouge selon le nombre de voyageurs à bord. À Vélizy, proche de Paris, c'est l'affluence à bord de deux lignes de bus qui est communiquée en temps réel, grâce à la mesure des signaux wifi émis par les smartphones des voyageurs. Enfin, à Besançon, grâce aux historiques de comptage, les clients connaissent à l'avance l'affluence prévue à un moment donné et sur une ligne donnée en complément de l'information temps réel de l'occupation des bus et trams.



Le webchat nouveau canal d'échange

KEOLIS CHAMBÉRY

Depuis juin 2022, les clients du réseau chambérien Synchro peuvent dialoguer en direct avec les conseillers en mobilité via un webchat sur le site synchro.grandchambery.fr. Un nouveau canal qui donne le choix au voyageur de la façon d'interagir avec les conseillers, selon ses préférences et habitudes. Par ailleurs, ce mode de communication écrit est adapté aux personnes sourdes et malentendantes. Le webchat désengorge le centre d'appel, surtout au moment de la rentrée scolaire.





DES CAMPAGNES DE COMMUNICATION TOUJOURS + ENGAGÉES ET MULTICANALES



À Bordeaux, le bus va plus vite que la voiture !

KEOLIS BORDEAUX MÉTROPOLE

Une vidéo Youtube le prouve. Deux amis partent de l'université, station Arts-et-Métiers à Talence. Leur objectif : atteindre l'hôpital Pellegrin à Bordeaux. L'un prend sa voiture, qui est garée non loin. L'autre monte dans une Liane (un bus bordelais de la ligne 8). Le match est serré. Mais après trois kilomètres de parcours, c'est la personne qui a utilisé les transports en commun qui arrive la première. Car, oui, la voiture a été ralentie dans les bouchons et il a fallu ensuite la garer. Une vidéo percutante, convaincante et virale (avec plus de 40 000 vues sur Youtube) !



À Boston, le train reprend des couleurs

KEOLIS COMMUTER SERVICES

En 2022, pour préserver la planète et reconquérir les voyageurs, Keolis Commuter Services a encouragé les habitants de l'agglomération de Boston, aux États-Unis, à choisir le train de banlieue. À la radio, en station, en rame ou sur les réseaux sociaux, la campagne « Go Green with Purple » a rappelé

que le train émet 700 fois moins de CO₂ par voyageur. Quant à la campagne « Greener, Faster, Smarter », elle diffuse le même message tout en soulignant que les trains sont désormais plus fréquents. Un renforcement de service clé pour que les voyageurs osent laisser la voiture au garage !



À Stockholm, délaisser sa voiture, c'est faire des économies

KEOLIS SWEDEN

Dès que l'on s'éloigne du centre de Stockholm, la voiture reprend ses droits, malgré la présence d'un bon réseau de transport public. Avec sa campagne « Éteignez la voiture, gardez la voiture », Keolis Sweden incite les habitants à préférer métro, bus, tram ou train. En effet, en déclarant leur voiture comme « garée et non utilisée », ils économisent

des taxes et coûts d'assurance, au prorata des jours de non-utilisation. Dans un contexte d'augmentation du prix de l'énergie, c'est le bon moment pour renoncer à conduire. Diffusée sur les réseaux sociaux (en ciblant certains groupes sociaux et zones géographiques), la campagne reprendra en 2023.

À Metz, l'air de rien, vous faites beaucoup

KEOLIS TROIS FRONTIÈRES

Le mardi 20 septembre 2022, dans le cadre de la Semaine des Transports Publics, les Messins pouvaient voyager en illimité sur tout le réseau MET' (trams et bus)... pour seulement un euro. Assortie d'une campagne engagée sur les réseaux sociaux et via l'envoi d'une newsletter, l'opération a bien fonctionné. « Quand vous prenez les transports publics, l'air de rien, vous faites beaucoup », proclamait le slogan. Préférer le bus à la voiture, c'est toujours mieux pour la planète.



CONTACT

Keolis
34, avenue Léonard de Vinci – 92400 Courbevoie
+33(0)171329000

www.keolis.com

Groupe Keolis – Direction Marketing Expérience Client. **Crédits photo** : Keolis Amey Metrolink, Keolis Armor, Keolis Bordeaux Métropole, Keolis Chambéry, Keolis Commuter Services, Keolis Downer Adelaide, Keolis Île-de-France, Keolis Lyon, Keolis Pays d'Aix, Keolis Rennes, Keolis Sweden, Keolis Tours, Keolis Trois Frontières, Sébastien Erome, Magnus Glans. **Conception/réalisation** : EP□KA

keolis