

L'intermodalité, des parcours facilités pour les touristes

Par Franck GERVAIS

Directeur général de Voyages-sncf.com

Voyages-sncf.com accompagne les touristes en France en les guidant tout au long de leur expérience de voyage, et ce, de la préparation de celui-ci jusqu'à leur retour chez eux, et même au-delà, lorsqu'ils partagent leur expérience avec leurs amis. Cela nous a conduits à évoluer, passant de la vente de billets de transport de gare à gare à une approche complète d'accompagnement de nos clients de porte à porte.

Voyages-sncf.com facilite la vie des touristes grâce à des services exploitant toutes les possibilités des nouvelles technologies et en intégrant tous les modes de transport. À cet égard, Voyages-sncf.com est nativement prêt à intégrer l'évolution que connaît actuellement le monde du transport avec l'émergence de nouveaux modes, tels que le covoiturage, les autobus longue distance, etc.

Tous différents, les parcours clients des touristes en France requièrent une approche personnalisée

Dès la préparation du voyage, mais aussi pendant le séjour et jusqu'au retour à la maison, sans oublier le partage d'expérience avec les proches, le « parcours client » évolue en fonction du moment (très en amont du voyage ou, au contraire, à une date rapprochée) et des attentes du client (selon le profil, la durée et la finalité du voyage).

Ainsi, Chloé, qui prend fréquemment le train pour des petits week-ends en *city break* ne se préoccupera que la veille de son départ de savoir comment rejoindre son hôtel à partir de sa gare d'arrivée : le module « Premier et Dernier Kilomètre » est fait pour elle. Maria voudra, quant à elle, vérifier, avant d'acheter son billet, quelle est la gare la plus proche de sa destination : le module « Trouver une gare » va l'y aider. Jean souhaitera comparer, plusieurs semaines avant son départ, le temps complet de porte à porte, le prix de son voyage et la facilité relative de différents moyens de transport (avion, voiture, train, train + bus ou train + voiture, navette aéroport ou transport public) : c'est le service Mytripset qui lui permettra de le faire.

Voyages-sncf.com, une évolution de son offre afin de mieux accompagner ses clients

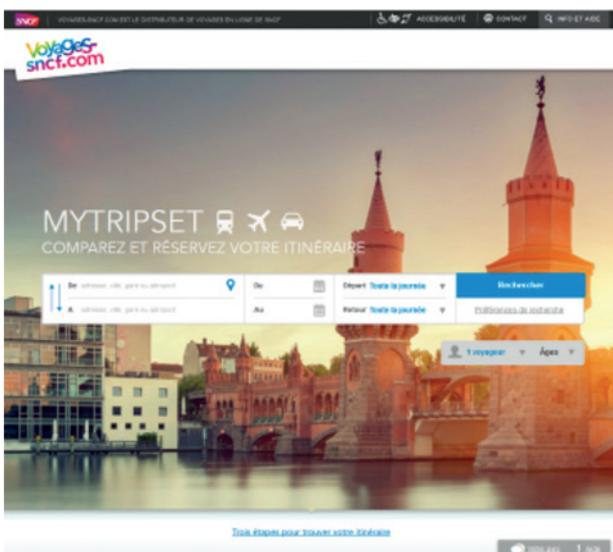
Ces diverses attentes de la clientèle ont amené Voyages-sncf.com à faire évoluer son offre qui est passée de la simple vente de billets de transport de gare à gare à une approche complète d'accompagnement de ses clients de porte à porte.

Cette évolution de notre offre a deux caractéristiques.

Tout d'abord, celle-ci évolue à chaque étape du parcours client, depuis l'information sur le voyage ou le trajet jusqu'à l'accompagnement de nos clients pendant leur trajet, en passant par le contenu de l'offre distribuée (nous vendrons progressivement de plus en plus de boucles locales en pré- post-acheminement).

En second lieu, elle nous amène de plus en plus à travailler avec des partenaires.

Depuis longtemps, Voyages-sncf.com propose différentes solutions pour réaliser des trajets longue distance : la vente de billets d'avion, de voyages en bus ou encore la location de voitures. Nous avons simplifié ce choix pour nos clients en leur proposant depuis plusieurs années de



Page d'accueil du site Internet Mytripset.

comparer les différents moyens de transport à leur disposition pour ce qui correspondait à la partie de leur voyage la plus complexe à planifier, à savoir le segment longue distance. Une possibilité de comparer qui a été également étendue aux acheminements de porte à porte, avec le lancement en juillet 2012 de Mytripset, le premier comparateur d'adresse multimodal (incluant avion, train, bus, métro, tram, taxi, voiture, covoiturage, navettes) en Europe.

Les défis quotidiens de la construction de ce type de service d'information

Pour offrir ce service, Voyages-sncf.com agrège des informations provenant de sources locales différentes (auprès d'agregateurs privés, des autorités organisatrices de transports (AOT), de transporteurs privés, de services commerciaux de mobilité comme les VTC ou le covoiturage) afin d'obtenir un maillage fin du territoire et une somme d'alternatives à proposer à nos utilisateurs. La multiplicité des sources, la qualité variable des données et leur mise à jour représentent un défi quotidien dans l'élaboration d'une information fiable.

Il en va de même de la multiplicité des conditions d'utilisation des titres de transport selon les modes de transport. Imaginez cela à l'échelle européenne, et vous aurez une idée de l'enjeu de simplification que cela représente si l'on veut conserver une ergonomie simple et efficace : lorsque nous avons conçu Mytripset, nous avons concentré sur une seule page l'équivalent de neuf requêtes que les clients effectuaient avant sur des sites différents. Or, si l'on connaît souvent bien les sources d'information sur les transports de sa région, on ne connaît pas toujours les sites donnant des informations fiables sur les transports publics de sa destination. Quand à cela vient se surajouter un problème de langue, il devient évident qu'il faut proposer au voyageur une information complète sur sa destination au moment et à l'endroit mêmes où il prépare son voyage, et ce, dans sa langue maternelle.

L'accompagnement du client de porte à porte

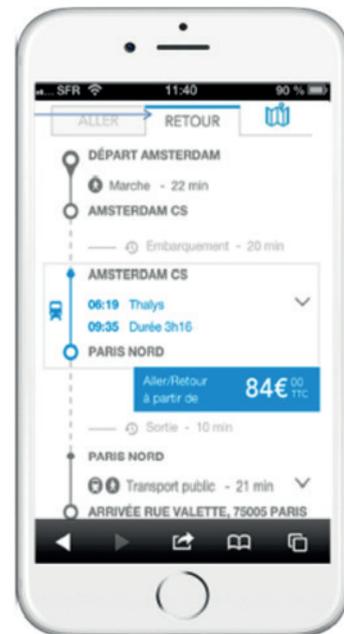
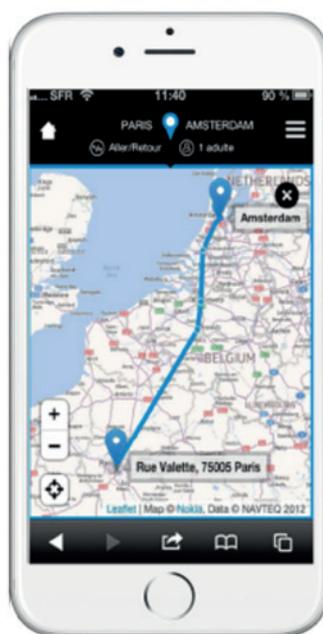
Parce que nous avons offert à notre client des solutions simples, nous nous devons aussi de l'accompagner tout au long de son voyage.

Multiplier les partenariats pour toujours plus de mobilité

Voyages-sncf.com travaille avec les autorités de transport, des cartographes, des entreprises de transport privées, des entreprises de covoiturage, des éditeurs de logiciels, des constructeurs de terminaux, etc.

Pour les trajets de et vers les gares par exemple, nous souhaitons proposer à nos clients le plus grand choix possible, tout en respectant les politiques de transport définies localement.

De manière générale, le développement de standards entre les mondes ferroviaire, automobile et aérien, ainsi qu'au sein du monde ferroviaire lui-même, facilitera la mise en place de services multimodaux. Dans cette attente, Voyages-sncf.com travaille avec ses partenaires au niveau technique et sur les produits et le *marketing*, afin que la complexité initiale liée à la disparité des produits de



À gauche : affichage sur un smartphone du parcours de porte à porte d'un voyageur.

À droite : Accès *via* un smartphone aux différentes informations relatives à un voyage donné.

transport proposés disparaisse au profit d'une information qui soit simple et claire pour le client.

Téléphones mobiles, montres connectées ou paiement en un clic : autant de superbes opportunités d'offrir davantage de services à nos clients tout en leur simplifiant la vie

La part du mobile

Le téléphone portable représente 10 millions de téléchargements de notre application, V.

Présents depuis 2007 avec la version mobile de notre site *Web* (« *mobi* »), nous avons lancé, en 2009, l'application pour les téléphones portables de Voyages-sncf.com. Celle-ci représente aujourd'hui 50 % de l'usage et plus de 20 % des billets vendus, soit un billet vendu toutes les 3 secondes.

Ce succès est dû à la simplicité apportée par l'application : il suffit de quelques secondes pour réserver son billet de train. Il répond à une évolution des usages : nos clients préparent de plus en plus leur voyage directement à partir de leur mobile. L'application V permet en outre de stocker son billet dans son mobile.

La dématérialisation des paiements et des titres de transport

En France, 80 % des billets de trains « Intercités » et TGV peuvent être vendus et stockés sur votre *smartphone*.

La dématérialisation des titres de transport est plus longue à se mettre en place pour les utilisateurs occasionnels des transports publics locaux (la dématérialisation ne s'adressant pour l'instant qu'aux clients réguliers de ces trans-



Des objets connectés offrant autant d'opportunités d'offrir de nouveaux services de mobilité aux voyageurs.

ports). Lorsque les technologies sans contact permettront à un touriste d'acheter directement son billet de tram *via* son *smartphone*, il pourra également visualiser tout son parcours. C'est la prochaine grande étape d'un parcours porte à porte multimodal pour nos clients.

Les montres connectées

En attendant, les voyageurs peuvent déjà profiter d'un service supplémentaire : celui de pouvoir consulter leur billet *via* leur montre connectée. Un touriste arrivant à la gare les bras chargés n'a plus besoin de consulter son *smartphone* pour savoir où aller, l'information s'affichant désormais à son poignet.

Bientôt, comme le laissent présager les nombreuses applications actuellement en cours de test pour les montres connectées, l'intermodalité pourra également être facilitée avec l'affichage en temps réel sur les montres de ce type de toutes les informations relatives à un trajet intermodal.

Multimodalité ? Une aventure qui ne fait que commencer : en ce qui nous concerne, nous sommes fin prêts !

Nous vivons actuellement un changement de paradigme dans les modes de transport.

Facilités par le digital et par la connaissance des mobilités, de nouveaux modes de déplacement apparaissent ; la répartition entre ces divers modes change. Puisque nous connaissons mieux les comportements de mobilité, nous pouvons adapter l'offre de transport aux besoins en termes de capacité, de rapport coût/prix et même

(pourquoi pas ?) choisir entre la fiabilité d'un transporteur reconnu et l'expérience de la rencontre locale. Le développement des bus à longue distance, la rapidité sans équivalent d'un TGV reliant Strasbourg à Paris en deux heures ou le partage de sa voiture avec un inconnu le temps d'un trajet : chacun choisira ses modes de déplacement en fonction de ses contraintes du moment. L'un n'évincera pas l'autre ; au contraire, un nouvel équilibre est en train de s'installer. La mobilité sera plus dense, offrant plus d'interconnexions entre les différents modes de transport, et elle sera *crowdsourcée*.

Ce changement de paradigme dans les modes de transport est concomitant au développement de l'information des clients. Ceux-ci ont un accès de plus en plus aisé à l'information sur les modes de transport qui s'offrent à eux et peuvent dès lors personnaliser plus facilement leur déplacement. L'émergence actuelle des moteurs de recherche consacrés aux services multimodaux de porte à porte incarnent ce changement.

Les transporteurs affûtent leurs offres et leurs services afin de faire face à une situation concurrentielle nouvelle ; Voyages-sncf.com, en sa qualité de distributeur, est prêt à formuler ses offres en fonction des besoins de ses clients.

Voyages-sncf.com

Voyages-sncf.com est un acteur majeur du tourisme en Europe. Il est expert ès-distribution des voyages en train et ès-destination France. Avec 6 860 millions de visiteurs uniques par mois en moyenne, c'est le premier site de voyages en ligne français ⁽¹⁾ et le 2^{ème} distributeur français dans le domaine du m-commerce. Le groupe rassemble 1 000 personnes dans le monde, dont les 2/3 sont dédiés aux marchés français et européen. En 2014, Voyages-sncf.com a généré un volume d'affaires de 4,2 milliards d'euros et a vendu 78 millions de billets de train, dont 11 millions à l'international. Afin de répondre aux nouveaux modes de consommation et de voyage de ses clients, Voyages-sncf.com est aujourd'hui présent dans 30 pays *via* 67 sites Internet et mobiles, 5 boutiques et un service intégré de centres d'appels. Le site recense plusieurs transporteurs (tels que la SNCF, Eurostar, Thalys, TGV Lyria), 400 compagnies aériennes, 435 000 hôtels et 1 300 campings référencés, plus de 25 000 offres de séjours, 30 loueurs de voitures, etc.

(1) Source : Fevad - Médiamétrie/NetRatings - Moyenne mensuelle des mois d'octobre et de novembre 2014.