

# SERVICES : COUP DE THÉÂTRE SUR LA COMMUNICATION CLIENTS

Rompre avec les pratiques habituelles en matière de communication en vue d'inciter les clients à consommer davantage de services : c'est le pari que fait la direction commerciale régionale Lorraine, en invitant une compagnie théâtrale à réaliser des animations dans plusieurs espaces de vente. Outre ses objectifs commerciaux immédiats, cette première – jumelée avec les journées Voyagissimes – doit contribuer à ancrer la réputation de modernité de SNCF. Reportage en gare de Metz au côté de Fabienne Claudin, animatrice des ventes et initiatrice du projet.



**1 12.00 LA GARE DE METZ AUX COULEURS VOYAGISSIMES** Les services sont un atout sur lequel SNCF veut s'appuyer pour satisfaire ses clients. D'où l'intérêt de les faire connaître d'une manière qui retienne l'attention, un objectif auquel répondent les journées Voyagissimes. Du 13 au 26 mai, cette opération permet de bénéficier de réductions allant jusqu'à 50% sur plusieurs services : porte-à-porte, Train + Avis, Train + Hô, TGV Family, Junior & Cie, Auto/Train, Bagages à domicile et Restauration à bord. À ce dispositif, la direction commerciale Lorrain a choisi d'en ajouter un second, avec une touche d'originalité...

**2 12.30 LEVER DE RIDEAU DANS L'ESPACE DE VENTE** En ce début d'après-midi, les personnes présentes dans la gare de Metz ont droit à un spectacle inattendu : trois comédiens de la compagnie Théâtre en kit assurent une représentation au sein de l'espace de vente ! Thèmes des saynètes interprétées : trois services faisant l'objet de l'opération Voyagissimes (Train + Hôtel, Train + Avis et Bagages à domicile). « Cette compagnie a l'habitude de faire des représentations en milieu professionnel, explique Fabienne Claudin, animatrice des ventes. Autre avantage : elle propose une écriture sur mesure en fonction des attentes du client ».

**3 13.00 À LA SURPRISE SUCCÈDE L'INTÉRÊT DE CLIENTS** Au-delà de l'effet de surprise, que peut apporter l'art de la scène à une démarche marketing ? « L'idée est de profiter de l'attente des clients afin de les informer et de leur donner envie d'en savoir plus. Nous misons aussi sur la dimension culturelle pour conforter l'image moderne et dynamique de l'entreprise », répond Fabienne Claudin. Quant au discours porté par les comédiens, il met en avant l'organisation, la simplicité et le voyage de bout en bout.

**4 13.30 LA DIRECTION COMMERCIALE NE PERD RIEN DU SPECTACLE** Au cours du mois de mai, 12 journées d'animation sont prévues sur les quatre principaux sites lorrains (Épinal, Metz, Thionville et Nancy). Objectifs : être à l'écoute des clients, répondre à leurs questions et leur présenter en détail les avantages de ces services, puis repérer l'impact de l'opération sur les ventes. En cas de succès, cette première, à l'échelle de l'axe, pourra être étendue. Matthieu Perotin



## Dans les villes et dans les trains

La quinzaine Voyagissimes, ce n'est pas que du théâtre. Dans le centre-ville ainsi qu'aux abords des gares de Metz et Nancy, des hôtesses distribuent des flyers sur les services. Et dans les TGV circulant entre Paris et Metz ou Nancy, les agents SNCF vont à la rencontre des clients.