

design impact

Quand le design...

crée de la valeur pour l'entreprise

Philippe Picaud
Tiphaine Igigabel
Brigitte Borja de Mozota
Christophe Rebours

Cité
du
design
◀▶

Mission Design France



I → iDBUS

La SNCF a créé iDBUS, son service de voyage en bus qui relie entre elles les grandes villes européennes. iDBUS réinvente le voyage en bus et a pour ambition de devenir la référence européenne du transport en bus longue distance. Au programme à bord, confort et accessibilité, attention et information pour réinventer l'expérience passager.



Contexte

Secteur : Service.

Marché : B to C.

Résumé : Filiale du groupe SNCF. 20 millions d'euros de chiffre d'affaires.

1 million de personnes transportées, 6 pays européens et 17 villes desservies.

Date de création : 2012.

Mission

Proposer une offre européenne inédite de voyage en autocar pour répondre aux nouveaux besoins de mobilité. Déterminer les critères autour desquels construire le positionnement d'iDBUS pour asseoir sa différence.

Actions engagées :

- > Étude menée dans 5 pays européens auprès de voyageurs pour mieux comprendre les nouveaux usages et les principales conditions favorisant le choix de l'autocar.
- > Observation par l'équipe projet interne de l'expérience en autocar chez les concurrents.
- > Recrutement de conducteurs pionniers pour finaliser le concept de services avant son lancement (co-construction de l'offre).
- > Création du concept d' iDBUS autour du confort émotionnel et physique (redimensionnement des espaces, accueil par le capitaine, WiFi, prises de courant et information en temps réel) et autour d'un prix stable.

Métiers utilisés :

Sciences Humaines, marketing, design d'expérience, ingénierie.

Ressources :

- > Équipes internes : Equipe projet avec une forte expertise dans l'expérience client.
- > Équipes externes : Méthos (ethnographie), sociologues et Artistes, CACHAM.



La France et l'Europe en bus avec un maximum de confort et à prix mini

Impacts



- > Aptitude relationnelle du conducteur, baptisé "capitaine", élément clé de l'expérience, ambassadeur des valeurs de la marque, garant de la qualité du voyage des passagers,
- > Baisse de la tension à l'embarquement par la possibilité de choisir sa place et de réserver un emplacement pour un bagage,
- > 65% des clients très satisfaits, 92% satisfaits,
- > Taux de recommandation (présence positive sur les réseaux sociaux, hors interactions avec iDBUS) élevé : 30%,
- > Taux de "repeat business" (clients faisant à nouveau appel au service) très fort : 40%.



- > Un concept devenu exemplaire pour l'ensemble des concurrents.



- > Constructeurs conquis par le cahier des charges du concept.