

L'offre de services numériques exo : au service de l'expérience client !



Activer nos principes directeurs

Sous l'impulsion de nos principes directeurs, la direction Expérience client lance un projet pilote pour repenser nos points de contact numériques. Le but? **Concevoir ensemble de nouveaux produits clients numériques** pour offrir à nos clients une expérience cohérente, adaptée et utile tout au long de leurs parcours.



Avec agilité

Axée sur la création de valeur pour les clients par l'expérimentation et la mesure, la **gestion des produits clients** comprend les activités de stratégie, conception, évolution et commercialisation à tous les stades du cycle de vie d'un produit.

Vision 2025

Destination client

« L'expérience de nos clients est au cœur de notre quotidien »

Exo m'inspire confiance

Exo répond à mes besoins

Exo simplifie mon expérience

Exo pose des actions socio-responsables et innovantes

Exo m'offre un service de qualité grâce à l'expertise de ses employés et de ses partenaires

Parcours client



Choix du mode

Planifier

Vers la station

À la station

À bord

Correspondance Post-trajet

Offre de services numériques exo

Tout au long du parcours et à différents points de contact

Produit client A (exemple : « Mes horaires »)



Produit client B (exemple : « Mon compte »)



Soutenue par des produits technologiques

SAEIV

Site web

CRM

Hastus

Mercure

État du service

Outil OS et GTFS

HOD

Réseaux sociaux

Site carrières

Chrono mobile

Etc.

Quels sont les enjeux que nous venons régler?

Aujourd'hui, l'expérience client numérique fait partie intégrante de l'offre de services des opérateurs de transport collectif. Il est donc nécessaire d'adapter notre approche afin de répondre à l'évolution toujours plus rapide des besoins et des attentes de nos clients.

Pourquoi Maintenant?

En plus du projet de nouvelle plateforme web exo, plusieurs projets prioritaires comportent un volet numérique important : exo à la demande, refonte des réseaux, refonte tarifaire, etc.

Quels sont les bénéfices visés?

En tirant profit des données client et en s'appuyant sur des méthodes de design centrées sur l'utilisateur :



Accompagner les usagers à tous les points de contact numériques avec la marque exo



Répondre aux besoins des usagers par des solutions adaptées au contexte et moment d'utilisation des services d'exo



Créer une expérience client numérique utile, personnelle et engageante pour chaque usager

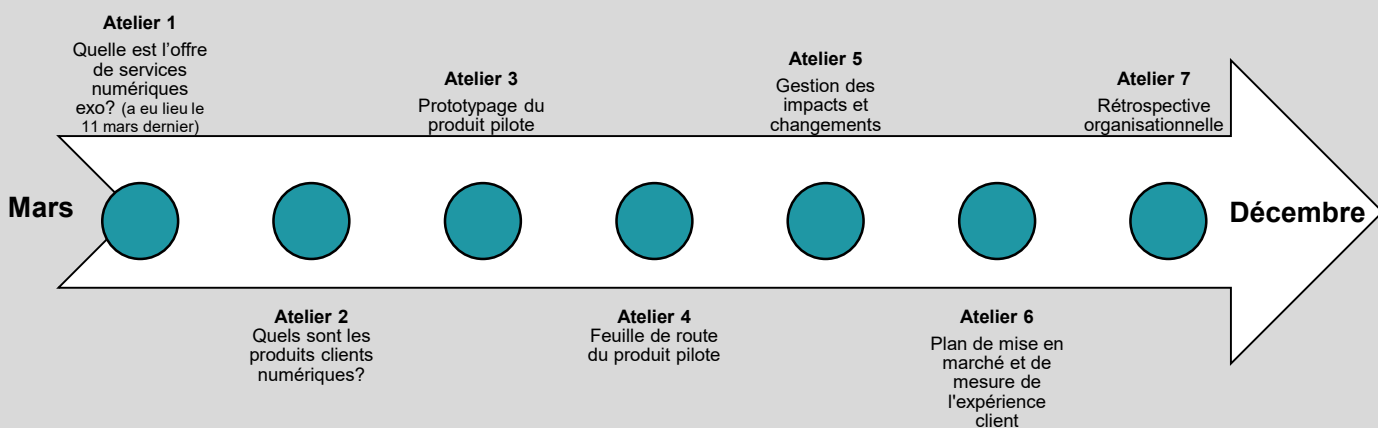
L'offre de services numériques exo : au service de l'expérience client !



Comment va-t-on s'y prendre pour atteindre notre cible?

Un projet pilote pour expérimenter, mesurer et apprendre

- La démarche inclusive s'appuie sur 7 ateliers de type « Design Thinking », un processus de co-création avec nos unités d'affaires et nos clients
- Un premier atelier sur la vision de l'offre de services numériques exo s'est tenu le 11 mars dernier, suivi d'une pause imposée par le contexte que nous connaissons
- Les ateliers 2 et 3, prévus en juin et juillet, serviront à définir ensemble un « produit pilote »
- La fin du pilote sera marquée par une rétrospective organisationnelle qui déterminera la suite



Avis aux intéressés: l'avancement et les résultats de ce pilote seront partagés périodiquement



Équipe de projet et collaborateurs

Expérience client
(Marketing et communication, CRC; Recherche, analytique des données et modélisation)

Bureau de la direction générale (Affaires publiques; Stratégie d'entreprise)

Frédéric Tousignant
Conseiller principal – Communication et développement numérique

Consultants
Experts en design de produits et services numériques

TI/STI
(Solutions clients; Solutions transports; Stratégie et architecture)

Bureau de projets
(Accessibilité)