



A LA RECHERCHE D'UN SYSTÈME DE BILLETTIQUE : ENSEIGNEMENTS TIRÉS DES ÉCHANGES AVEC LE GROUPE TRANSDEV ET D'AUTRES AOM

Sur le service

Postpaiement
(clients occasionnels/réguliers)

Multimodalité
(plus d'enjeux que sur
l'intermodalité)

Smartphone

Sur la technique

Multi-accès
(systèmes ouverts vs
monolithiques)

Éviter le SIM-Centric

Se préparer à l'open
data, aux web services



1

Je crée mon Compte Mobilité



2

Selon le jour, mes besoins, mes envies, je choisis le mode de déplacement le plus adapté



3

Je consulte mon suivi conso en temps réel et suis alerté lorsque j'approche du budget déplacement que je me suis fixé

4

Je paie à la fin du mois tous mes déplacements avec la garantie des meilleurs tarifs

- Les partenaires institutionnels



- Les partenaires fournisseurs de service de mobilité



- Les partenaires techniques



Table
ronde
2016

Confirmer la pertinence du service et déterminer les éléments nécessaires à son succès

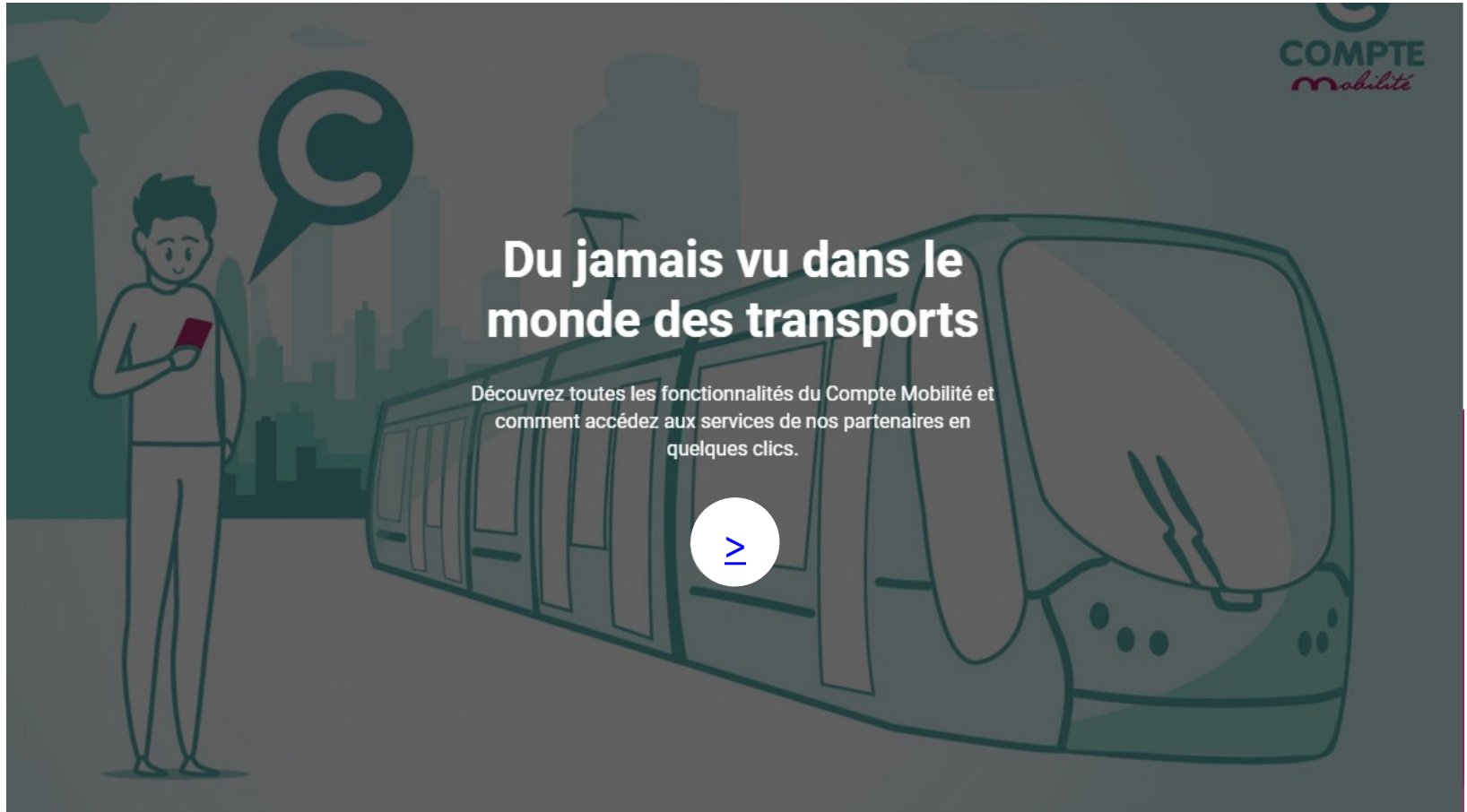
Table
ronde
2017

Validation du parcours client et des premières maquettes : l'intention d'utilisation est limitée à ce stade et nécessite l'ajout de nouveaux éléments

Tests
2018

**Tests en situation réelle de Mars à Juin 2018
Etude par téléphone auprès de 900 personnes**





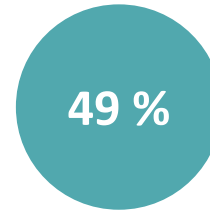
LES CHIFFRES DU MOMENT



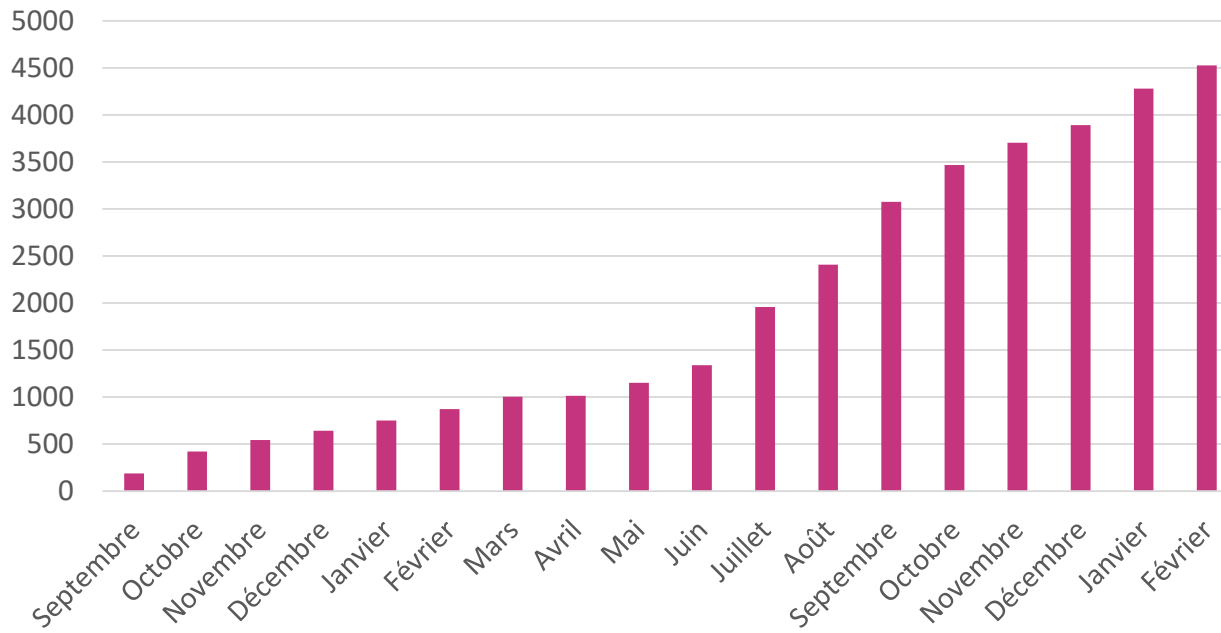
téléchargements de
l'application



clients inscrits



des prospects finalisent
l'inscription



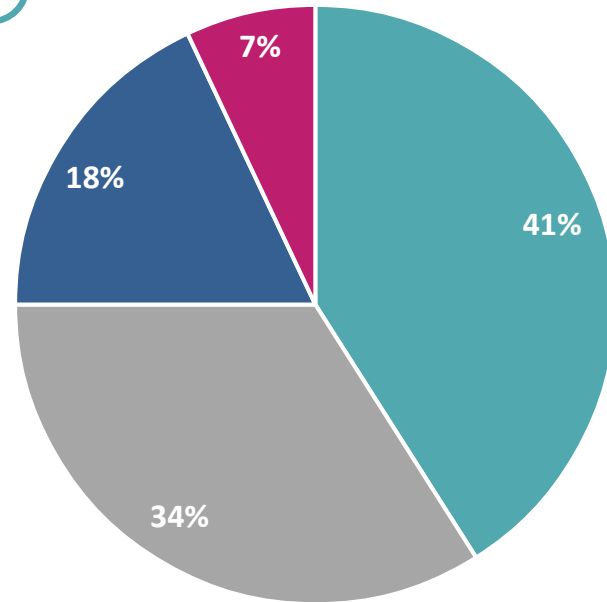
QUELS SERVICES SONT CHOISIS?



72 %
des clients ont choisi **Soléa**



17 %
des clients ont choisi **citiz**



■ 1 Service ■ 2 Services ■ 3 Services ■ 4 Services

1^{ère} idée à véhiculer :

Tout en 1

TOUS

Une 2^{ème} idée se dégage :

Simplicité

ACTIFS

Une 3^{ème} idée diversifiée :

Juste prix

OCCASIONNELS

Economique

REGULIERS

Flexibilité/Liberté

JEUNES /
ACTIFS

Ecologie

OCCASIONNELS

AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE CLIENT

Quels nouveaux services (stationnement, TER, taxis, covoiturage, bornes...) ?

Mettre à jour l'application ?

Revoir le parcours d'inscription ?

Changer la brique de paiement ?

CRÉER L'EFFET BOULE DE NEIGE

Améliorer le back-office pour optimiser le service client ?

Elargir la cible (touristes, employeurs...) ?

Quelle stratégie marketing adopter ?

CONNAITRE LES HABITUDES DES CLIENTS

Industrialiser le système ?

Fiabiliser et exploiter la base de données ?

Récompenser le report modal par la gamification ?

CONFORTER ET DÉVELOPPER LE PARTENARIAT

Passer du projet au service ?

Quelles missions confier à Soléa ? à la com' m2A ?

Clarifier les échanges opérationnels ?



Merci de votre attention

