

Planification de la sécurité et récupération de la clientèle

Trish Colley VP, – présidente, Prestation du service à la clientèle

Sharyn Byrne-Nearing, directrice, Image de marque et marketing numérique

jeudi 10 septembre 2020

RÉSUMÉ

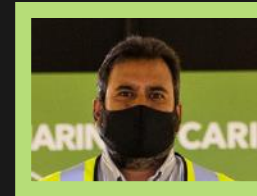
L'objectif du présent rapport est de faire le point sur les actions en matière de santé et de sécurité, plan de communication et de service à la clientèle axé sur la santé et la sécurité afin de rassurer et d'attirer les clients vers nos services après la COVID-19.

- Les tactiques de santé et de sécurité qui sont maintenant présentées aux clients s'avèrent rassurantes pour eux : notre réseau est un endroit sûr pour se déplacer.
- Nous continuons à surveiller les réactions des clients et l'achalandage afin d'adapter le service en fonction des besoins.
- Les analyses, les recherches et les observations des clients continuent de confirmer que nous nous concentrons sur les bonnes priorités.
- Le message de marketing et de communication « Destination sécurité. Sans arrêt. » continuera d'être intégré dans les campagnes créatives de la marque pour assurer la longévité.

CONTINUER À RASSURER NOS CLIENTS GRÂCE AUX MESURES DE SÉCURITÉ DÉSORMAIS EN PLACE



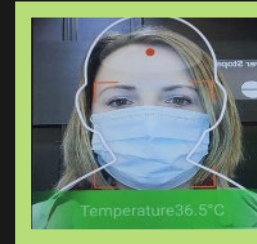
- Fournir au personnel de première ligne un EPI approprié
- Politique obligatoire de port de masque pour les clients et le personnel dans l'ensemble du réseau.



- Le personnel est désormais présent dans les gares pour aider les clients, en leur fournissant une assistance et des informations si nécessaire.



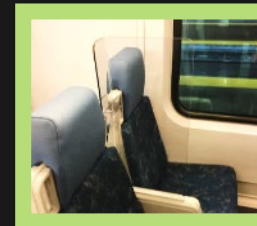
- 300 distributeurs de désinfectant supplémentaires installés dans les gares.
- Le déploiement de nouveaux distributeurs à bord des trains à tous les points d'entrée et de sortie se poursuit tout au long du mois de septembre.



- 26 kiosques santé et sécurité ont été mis en place dans 59 endroits afin d'éduquer les clients sur les pratiques sécuritaires.



- Le nettoyage des points de contact dans les autobus, les trains et les gares, offrant un environnement propre et sûr pour se déplacer.



- Séparation des sièges dans 30 autobus et 30 autocars/5 trains installés en juillet.
- Le déploiement sur tous les véhicules restants se poursuit tout au long du mois d'octobre.



- Signalisation directionnelle sur le réseau fournissant une assistance pour guider les clients.



- La présence d'agents de sécurité et de protection des revenus du transport en commun pour éduquer les clients sur la nécessité de voyager avec un tarif correct et sur les mesures de sécurité, telles que le port obligatoire du masque.

ÉDUCUER ET SUSCITER LA COLLABORATION DES USAGERS

Plus de 220 actifs sur le parcours du client

15K+ contacts directs

Actif de la marque au ton « ludo-éducatif »



METROLINX



Les masques aiment beaucoup les visages.

Réalisez leur rêve.
Portez-en un.

Destination sécurité. Sans arrêt.



METROLINX



Nous nettoyons tous les coins et recoins.

Attendez, c'est quoi un recoin?

Destination sécurité. Sans arrêt.



FRAIS ET AMICAL JUSQU'À L'AUTOMNE

De bons premiers résultats dans les médias payants et gratuits.

Plus à venir, y compris :

- Campagnes multilingues et UP
- Contenu de marque
- Intégration des médias aux campagnes de marque
- Surprise et délices

