

## TROPHEE ACTION CO : ENCORE UNE FOIS, L'OR POUR INCENTEEV !

### DECOUVREZ LA SUCCESS STORY DE NEWREST WAGONS-LITS

Le 11 décembre dernier, lors d'une soirée riche en émotions, Incenteev a reçu le trophée Or Action Co pour la deuxième année consécutive. Cette année-ci, c'est pour l'accompagnement de son client NEWREST WAGONS-LITS qu'Incenteev a encore une fois été récompensé. Comment Incenteev a-t-il soutenu NEWREST WAGONS-LITS dans l'augmentation de sa stratégie commerciale & l'amélioration de la satisfaction client ? Découvrez nos actions ayant conduit au succès !



*Simon Vandendriessche (Co-Fondateur Incenteev), Coraline Markwitz (Customer Success Manager Incenteev), Benoît Vignon (Directeur Général Newrest Wagons-Lits), Georges de Panafieu (Directeur Commercial Newrest Wagons-Lits) et Roland Massenet (Co-Fondateur Incenteev)*

### Back to basics : qu'est-ce que NEWREST WAGONS LITS ?

Newrest Wagons-Lits est le leader mondial du catering ferroviaire. Créateur de services pour les opérateurs ferroviaires, l'entreprise offre un large éventail de services de restauration et d'hôtellerie pour les trains de jour et les trains de nuit : bar, voiture restaurant, restauration à la place, services aux passagers, logistique etc. Newrest Wagons-Lits c'est 325 000 trains servis par an, 55 863 repas servis par jour et 2750 employés répartis dans 7 pays. En France, l'entreprise travaille notamment en collaboration avec la SNCF (inOui, Intercités).

### Quels ont été les ENJEUX de notre client sur l'année passée ?

S'alignant avec la stratégie de digitalisation de l'ensemble du réseau SNCF, 2017 a été une année charnière pour Newrest Wagons-Lits : s'est notamment imposé un nécessaire développement des ventes par le biais d'applications internes dédiées aux commerciaux de bord.

Dans ce contexte, Incenteev a accompagné Newrest Wagons sur 2 principaux enjeux :

- L'augmentation de la performance commerciale du réseau, notamment le chiffre d'affaires à bord en :

# Incenteev

- Encourageant le partage de bonnes pratiques du terrain
- Fluidifiant et accélérant la circulation de l'information
- Favorisant le sentiment d'appartenance à la marque
- Formant les commerciaux de bord
- L'amélioration de la satisfaction globale client.

Ces enjeux se déclinaient en deux objectifs concrets et mesurables pour Incenteev :

- Augmenter de 4% la note de satisfaction globale client ;
- Accroître le chiffre d'affaires de + 10%.

## Quelle a été la METHODE UTILISEE par Incenteev pour accompagner son client de manière efficace ?

Le développement de trois ateliers de réflexion participatifs et utilisant des méthodes de *design thinking* ludiques ont été réalisés. A l'issue de ces ateliers ont été notamment élaborés :

- Un plan d'animation annuel rythmé de temps forts
- Des mécaniques de gamification simples et engageantes
- Un flux de communication favorisant les échanges à tout niveau de l'organisation
- Des méthodes d'animation permettant de décomplexer le partage de bonnes pratiques
- Etc.

Voici quelques exemples D'ACTIONS CONCRETES menées pour aide Newrest Wagons-Lits à atteindre ses objectifs :

Thématique	Exemple d'actions concrètes
<ul style="list-style-type: none"><li>● Accroître le chiffre d'affaires de + 10%</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Mise en œuvre de challenges visant à rémunérer l'excellence commerciale et l'émulation d'équipe avec des tableau de bord simple : Ticket moyen, nombre de courses, recette moyenne à la course, bonus.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>● Animer l'activité commerciale &amp; marketing</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Mise en place de micro-challenges : des challenges lancés en un temps éclair, avec un objectif de promotion d'une nouvelle offre et un critère simple pour gagner.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>● Améliorer la satisfaction et la fidélité collaborateur</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Implication d'un échantillon représentatif du terrain dans les réflexions autour de l'animation commerciale.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>● Positionner l'AUO en tant que manager terrain : transformer un AUO manager-contrôleur en un AUO manager-coach.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Accès à l'application en avant-première pour que les AUO se familiarisent avec l'outil et anticipent l'animation de leur équipe avant le déploiement.</li></ul>

## En quoi ce projet a-t-il été particulièrement INNOVANT ?

Indépendamment de l'amélioration de la satisfaction client et de l'augmentation du chiffre d'affaires, l'ensemble des initiatives menées dans le cadre de ce projet ont permis une transformation complète des modes de fonctionnement de l'entreprise, notamment par le biais du digital qui a révolutionné le système de management. Les populations animées présentent également de réelles spécificités :

- Une population isolée passant ses heures de travail seule dans le train
- Des équipes composées de 60 personnes pour le manager (la moyenne est de 8)
- Une moyenne d'âge de 41 ans avec une ancienneté moyenne de plus de 15 ans
- Des outils très traditionnels (pas d'adresse e-mail et de la communication via notes papier)
- Un contexte perturbé affectant la motivation

## Quels ont été les RESULTATS OBTENUS ?

- **Quantitatifs :**
  - + 6,3% de satisfaction globale BVA client sur les 9 derniers mois. Le résultat est historique et ce malgré un contexte perturbé.
  - + 13,6% du chiffre d'affaires à bord par rapport à l'année dernière sur le mois de Septembre et croissance depuis les 3 derniers mois.
  - + 1,3% de progression du ticket moyen sur les 6 derniers mois.
  - Des progressions spectaculaires entre 10 à 25% sur le chiffre d'affaires des commerciaux de bord lors du challenge Maldives
  - Une diminution de l'impact environnemental avec une réduction de papier de 20% par rapport à 2017 : tous les supports papiers destinés à animer le réseau sont maintenant digitalisés sur Incenteev.
  - Etc...
- **Qualitatifs**
  - Le partage de bonnes pratiques est devenu continu et spontané. En 2 mois par exemple, 2454 bonnes pratiques ont été partagées sur le thème de la satisfaction client.
  - La communication transverse a été fluidifiée avec plus de 40000 messages postés en moins d'un an.
  - Des populations non impliquées au début du projet ont fait la demande d'être intégrées au programme. Début août 2018, 280 utilisateurs intérimaires supplémentaires.
  - Une prise en compte du modèle au niveau du groupe : Resto Co, TRE3, Catering.

En conclusion, le défi Newrest Wagons-Lits a été pour Incenteev une formidable occasion d'apprendre et de mettre en œuvre un projet de motivation des forces de vente particulièrement innovant, au service de la performance commerciale. La réussite du projet, accompagnée d'une transformation radicale des modalités de fonctionnement des équipes nous a permis de renforcer encore davantage notre expertise sur les sujets de l'engagement auprès de populations par nature isolées et ce dans des contextes parfois difficiles. Avec passion, nous avons construit, main dans la main avec notre client, les mécaniques et les logiques d'animation qui ont créé le succès, et ce, en respectant toujours notre identité profonde :

**SIMPLE, FUN, MOBILE, HUMAN.**