



Tout le monde n'a pas envie
d'entendre que vous appelez
votre chéri « mon petit lapin ».
Soyez discret avec votre portable.



Le respect mutuel, c'est classe.

Destination mieux  SNCB
Mobility



LE RESPECT MUTUEL,
C'EST CLASSE.

SNCB Mobility

Nouvelle campagne de **courtoisie**

client

Fin novembre, la SNCB lance une nouvelle campagne de courtoisie. La campagne ne cible pas seulement la relation entre l'accompagnateur et le client, elle concerne aussi le personnel des gares.

La campagne

Les voyageurs peuvent découvrir la nouvelle campagne de plusieurs manières:

- des panneaux recto-verso accrochés aux espaces bagages dans les compartiments,
- des autocollants apposés sur les portes intérieures des voitures,
- des affiches dans les gares,
- des autocollants aux guichets.

Durant la semaine du 23 au 27 novembre, des petits déjeuners *courtoisie* sont également distribués aux voyageurs. Cela se passe cette année dans 10 gares, 5 en Wallonie et 5 en Flandre: Aarschot, Audenarde, Bertrix, Grammont, La Louvière-Sud, Mol, Saint-Ghislain, Tamines et Zellik. L'occasion pour les voyageurs de converser avec l'un des accompagnateurs ou membres du personnel de gare présents.

Un des premiers objectifs de la SNCB est l'amélioration de la qualité du service. Le personnel joue là un rôle important. Dans la mesure où il est un point de contact pour les voyageurs, il est l'ambassadeur de la SNCB. La nouvelle campagne appelle les voyageurs à rester courtois, notamment avec le personnel des trains et des gares.

Enquête

Les réactions à la dernière édition ont été positives. Après celle-ci, les groupes d'agents concernés ont été sondés: ils ont pu dire quels thèmes ils trouvaient utiles et quels sujets pouvaient être éventuellement abordés lors d'une campagne ultérieure. Ces suggestions ont été déterminantes dans le choix de thèmes de la campagne de cette année.

Deux messages

La nouvelle campagne compte deux grands volets. Il y a d'une part la campagne de courtoisie elle-même qui, sous le slogan *Le respect mutuel, c'est classe*, traite 7 thèmes:

- la propreté,
- montrer spontanément la carte de réduction au guichet,
- montrer spontanément le titre de transport dans le train,
- l'usage du GSM dans le train,
- laisser d'abord les autres descendre avant de monter dans le train,
- l'usage du lecteur MP3,
- les personnes à mobilité réduite.

Une campagne parallèle est davantage centrée sur la sécurité. Elle attire l'attention sur les dangers que courent les voyageurs et le personnel de la SNCB quand ils tentent de monter alors que le signal de départ est déjà donné.