

TABLE DE MATIERE

	Page
LE MARCHÉ DE TRANSPORT	
Le "Transmanche".....	2
Prévisions pour l'ensemble du marché Transmanche	
Prévisions pour Eurostar en tant que projet global	
Prévisions pour l'itinéraire Eurostar Bruxelles- Londres	
LA CONCURRENCE	
Voies aériennes.....	3
Ferry-boats	4
Eurotunnel.....	5
LE CLIENT	
Voyages d'affaires	6
Voyages de plaisance	
Distinction	
LE MANAGEMENT COMMERCIAL	7
LE PRODUIT EUROSTAR.	
Description préliminaire	9
Matériel Eurostar	10
Prestation intégrale de services à la mesure du client	11
Prestations de service et facilités à bord	12
TACHES OBSS (ON BOARD SERVICE STAFF)	
Le personnel des trains	13
Le personnel de restauration.....	13
L'HORAIRE *(informations susceptibles de modifications).....	14
ORGANISATION DE LA RESTAURATION	
Cross Channel Catering Company (CCCC)	16
Centre d'avitaillement de Bruxelles , Londres et Paris.....	16
ORGANISATION DU TERMINAL TGV ET TACHES DU PERSONNEL DANS LE TERMINAL	
1 Situation du terminal du TGV dans le cadre global de la gare.....	18
2 Le terminal Eurostar.....	19
3 Organisation du terminal et des services Eurostar à Bruxelles-Midi.....	21
4 Organigramme destiné au personnel du terminal TGV.....	29
5 Tâches du personnel du terminal.....	29
6 Autres terminaux TGV	33

PHILOSOPHIE DES PRIX

Objectifs de la structure des prix	35
--	----

PHILOSOPHIE DES PRIX ET POLITIQUE DE MARKETING

Caractéristiques	37
Segmentation du marché voyageurs.....	37
Politique générale de marketing.....	38
Politique de marketing spécifique par segment.....	38
Disponibilité des places	38

LA DISTRIBUTION

Objectifs fondamentaux de la distribution	41
Moyens de distribution	42
Distribution Annexe 1.....	43
Distribution Annexe 2.....	44
Distribution Annexe 3.....	45

COMMUNICATION ET DESIGN

Communication de marketing.....	47
Qualité	48
Design.....	52
Communication et Design Annexe 1	54