

OUI.sncf et JCDecaux interpellent les Parisiens en mettant OUIbot au cœur d'une campagne d'affichage innovante



A l'occasion de son premier anniversaire, OUI.sncf a fait appel au savoir-faire de LA RUE / INSPIRING OUTDOOR (le département créativité et événementiel de JCDecaux) pour proposer aux voyageurs de Paris Gare de Lyon et de Paris Saint Lazare de converser et réserver leurs billets de train directement avec OUIbot, l'assistant conversationnel de OUI.sncf.

Dans sa volonté d'offrir la meilleure expérience client possible, le leader européen de la distribution de train OUI.sncf est allé à la rencontre des voyageurs à travers une campagne d'affichage innovante pilotée par l'intelligence artificielle de OUIbot placée dans l'Affiche. Les équipes ont installé dans chacune des gares une stèle digitale avec un écran de 70" en format portrait permettant aux voyageurs de confier leurs envies au robot conversationnel de OUI.sncf. OUIbot s'est fait une joie de les aider à trouver et réserver leurs billets pour leur prochaine destination. La finalisation de l'achat s'est faite sur mobile grâce à un QR code.

OUIbot, qui a pris corps sous la forme d'Affiches développées par LA RUE / INSPIRING OUTDOOR en collaboration avec OUI.sncf, est capable de répondre instantanément à toutes les questions des voyageurs sur leur itinéraire. Il suffisait d'appuyer sur le buzzer pour déclencher la conversation. En parallèle de ce dispositif, un jeu-concours en ligne a permis aux voyageurs dialoguant avec OUIbot sur le site OUI.sncf de tenter de gagner un an de voyages ou des bons de réduction de 30€.

Pionnier en matière de communication extérieure digitale, JCDecaux offre aux annonceurs d'immenses opportunités créatives et une grande flexibilité pour des campagnes sur-mesure et ciblées. Désormais, les frontières du temps et de l'espace s'effacent au profit d'une communication contextuelle, permettant d'interagir en direct avec les voyageurs. OUI.sncf est, quant à lui, pionnier sur les usages conversationnels et dispose d'une équipe dédiée. C'est donc tout naturellement que cette association s'est créée pour déployer cette campagne innovante et impactante, tant d'un point de vue technologique qu'humain, et constater l'étendue des capacités de l'intelligence artificielle à travers des rencontres amusantes et inattendues entre OUIbot et les voyageurs !

L'opération, qui s'est déroulée du 15 au 19 février 2019, a permis à plus de 100 000 personnes de découvrir OUIbot. Les adolescents et les adultes ont été particulièrement séduits par le dispositif : « Le concept est original, j'aime l'idée de pouvoir poser des questions courantes au bot ou de plaisanter avec lui » affirme un voyageur, « c'est facile d'utilisation, j'ai pu voir rapidement les trains disponibles ainsi que les tarifs » précise un autre. La mascotte a aussi connu un vif succès auprès des voyageurs. Un parent a ainsi déclaré : « La mascotte est super, nos enfants s'amuse avec elle en attendant le train ».

A propos de LA RUE / INSPIRING OUTDOOR

LA RUE / INSPIRING OUTDOOR, département créativité et événementiel de JCDecaux, crée de grands rendez-vous fédérateurs parrainés par les marques. Activation terrain, connectivité, résonance web ou encore réseaux sociaux... sont autant de champs d'action pour une émergence exceptionnelle au cœur de la ville. LA RUE / INSPIRING OUTDOOR, propose également aux annonceurs et à leurs agences la réalisation d'opérations sur-mesure tant sur des espaces publics que privés.

Contact presse :

Estelle Ardouin - Tél. : 01 30 79 34 48 - estelle.ardouin@jcdecaux.com