

Roadshow marketing 2024.

CFF Immobilier Marketing Gares
Novembre 2024



L'équipe Marketing Gares et objets de placement.



Nicole Tschanz



Katharina Reber



Urban Burch



Men-Duri Guetg



Sunniva Berlinger



Heiko Meyer



Monica Gonzalez



Fabienne Michel



Rahel Jeker



Grégoire Pilly



Matteo Theler



Cristina Mollard

Programme.

1. Rétrospective 2024

- Planification des campagnes
- Budget et reporting
- Campagnes

2. Perspectives 2025

- Sondage de satisfaction des locataires
- Planification des campagnes
- Budget
- Campagnes
- Informations complémentaires



Rétrospective 2024.

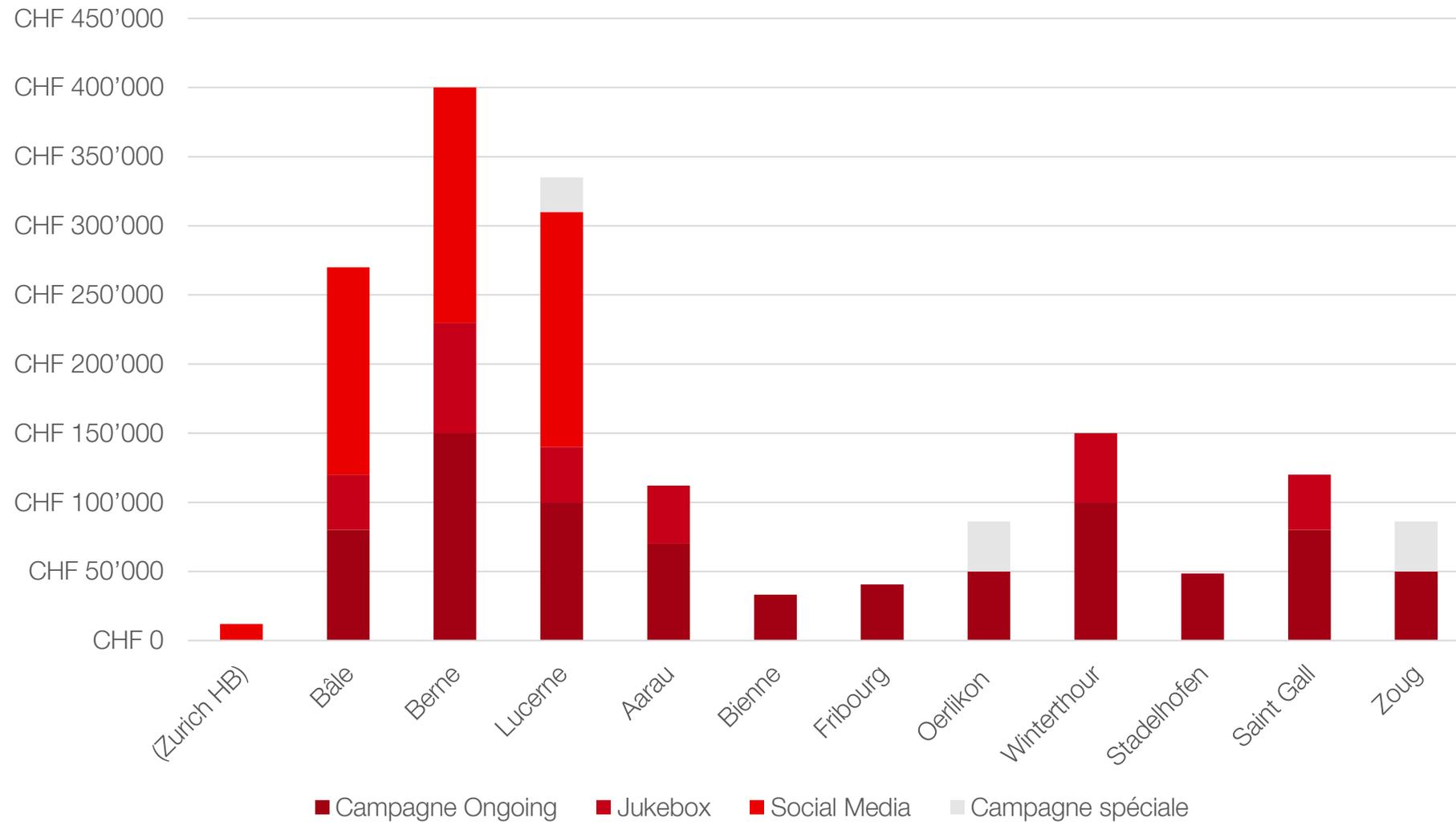


Planification des campagnes 2024.

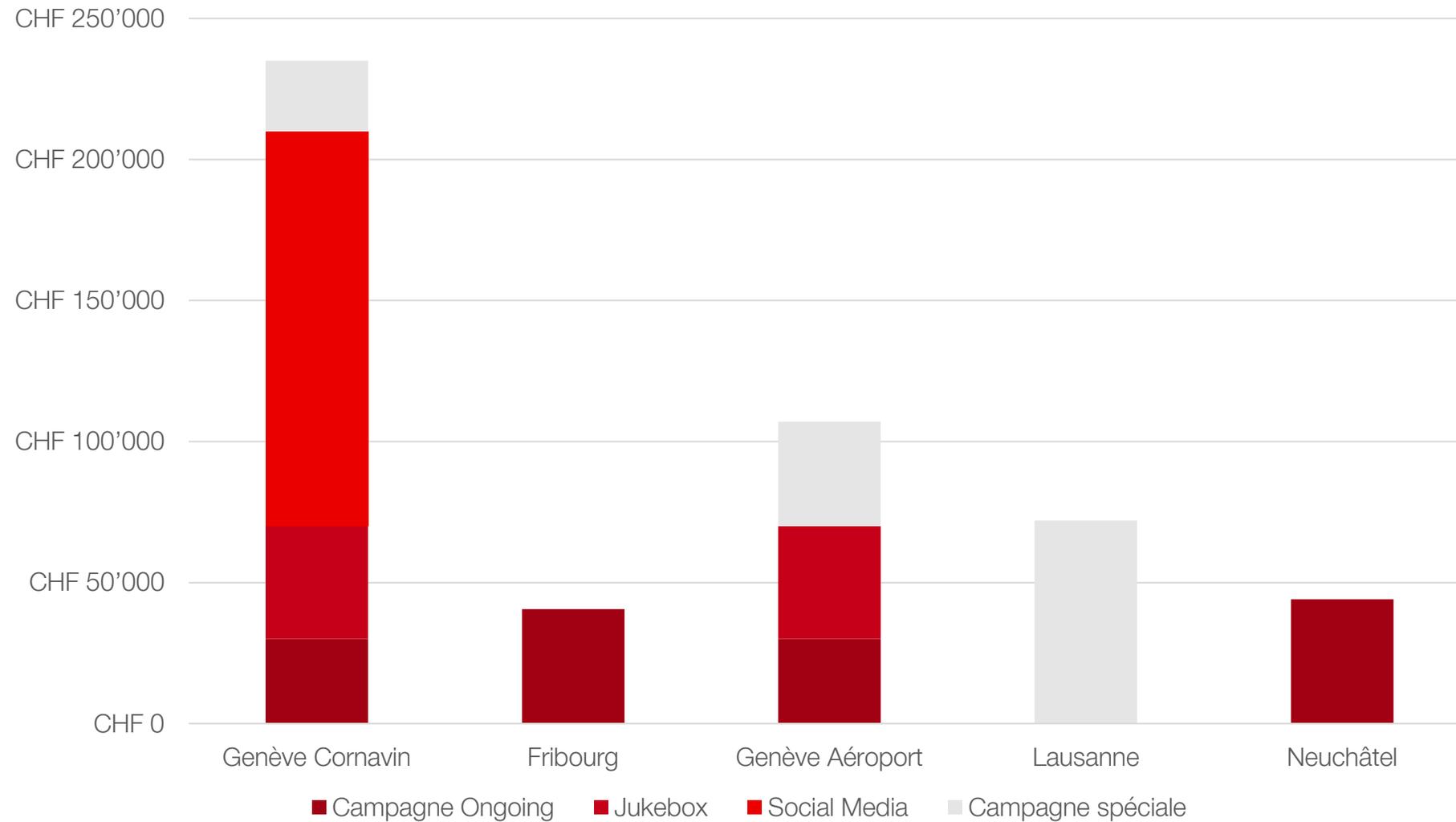
JAN	FEV	MARS	AVR	MAI	JUIN
	Phase d'hiver Campagne Ongoing Faire connaître l'offre / attrait	Phase d'hiver Campagne Ongoing Faire connaître l'offre / attrait Campagne de Pâques Attrait / conversion	Juke-box Attrait / conversion	Juke-box Attrait / conversion	Phase d'été Campagne Ongoing Faire connaître l'offre / attrait
Social Media					

JUIL	AOÛT	SEPT	OCT	NOV	DEC
Phase d'été Campagne Ongoing Faire connaître l'offre / attrait	Juke-box Attrait / conversion	Juke-box Attrait / conversion	Phase d'automne Campagne Ongoing Faire connaître l'offre / attrait Pianos CFF en tournée. Attrait / conversion	Phase d'automne Campagne Ongoing Faire connaître l'offre / attrait Pianos CFF en tournée. Attrait / conversion	Pianos CFF en tournée. Attrait / conversion Lausanne Faire connaître l'offre / attrait Eaux-Vives Faire connaître l'offre / attrait
Social Media					

Vue d'ensemble du budget des gares 2024.



Vue d'ensemble du budget des gares 2024.





Rapports de campagnes.

Campagne Ongoing

	Impressions	Clicks	CTR	CPC	CPM
OMP	86'910'574	45'837	0.05%	CHF 4.42	CHF 2.16
Meta Display	9'653'157	93'992	1.81%	CHF 0.98	CHF 7.71
Meta Story	4'348'938	29'432	0.54%	CHF 2.78	CHF 10.35
PMP	1'880'736	5'072	0.27%	CHF 6.79	CHF 18.32
Total	102'793'405	174'333	0.67%	CHF 3.74	CHF 9.63

Campagne Jukebox

	Impressions	Clicks	CTR	CPC	CPM
Meta Display	1'703'381	7'932	0.47%	CHF 2.03	CHF 9.44
Aymo	367'864	12'031	3.27%	CHF 1.35	CHF 44.08
Total	2'071'245	19'963	1.87%	CHF 1.69	CHF 26.76

Campagne de Pâques

	Impressions	Clicks	CTR	CPC	CPM
SBB App	464'223	770	0.17%	CHF 11.90	CHF 19.75
PMP	366'242	820	0.22%	CHF 13.41	CHF 30.03
Meta - Story	588'166	1'377	0.23%	CHF 2.25	CHF 5.27
Meta - Display	1'942'086	3'293	0.17%	CHF 2.26	CHF 3.84
Total	3'360'717	6'260	0.19%	CHF 4.91	CHF 9.14

Les visuels shopping dans leur diversité - OnGoing.





Arrêts de transports publics.



Publicité extérieure pour les transports publics



Publicité intérieure pour les transports publics.



Campagne Ongoing.

Contexte et idée	Objectifs.
<ul style="list-style-type: none"> • Les visuels de la campagne faîtière ont été utilisés pour la troisième et dernière fois. • Sur une période de trois ans, trois vagues de publicité ont donné une impulsion en continu. 	<p>Ancrer les gares comme des lieux privilégiés pour se restaurer, faire des courses et du shopping dans l'esprit des clientes et clients.</p> <p>Indiquer les heures d'ouverture quotidiennes.</p>
Période et lieu	Instruments-clés
<p>Février/mars Juin/juillet Octobre/novembre</p>	<p>Hors ligne: affiches aux arrêts de tram et de bus, journal gratuit 20 Minutes, Passenger TV, cartons suspendus en publicité intérieure et extérieure pour les trams et les bus</p>
<p>Gares: Aarau, Bâle CFF, Berne, Bienne, Fribourg, Genève Cornavin, Genève-Aéroport, Lucerne, Neuchâtel, Saint-Gall, Winterthour, Zurich Oerlikon, Stadelhofen, Zoug</p>	<p>En ligne: réseaux sociaux (Facebook et Instagram), bannières</p>

Juke-box on Tour.



Impressions collectées dans les gares.



Campagne Juke-box.

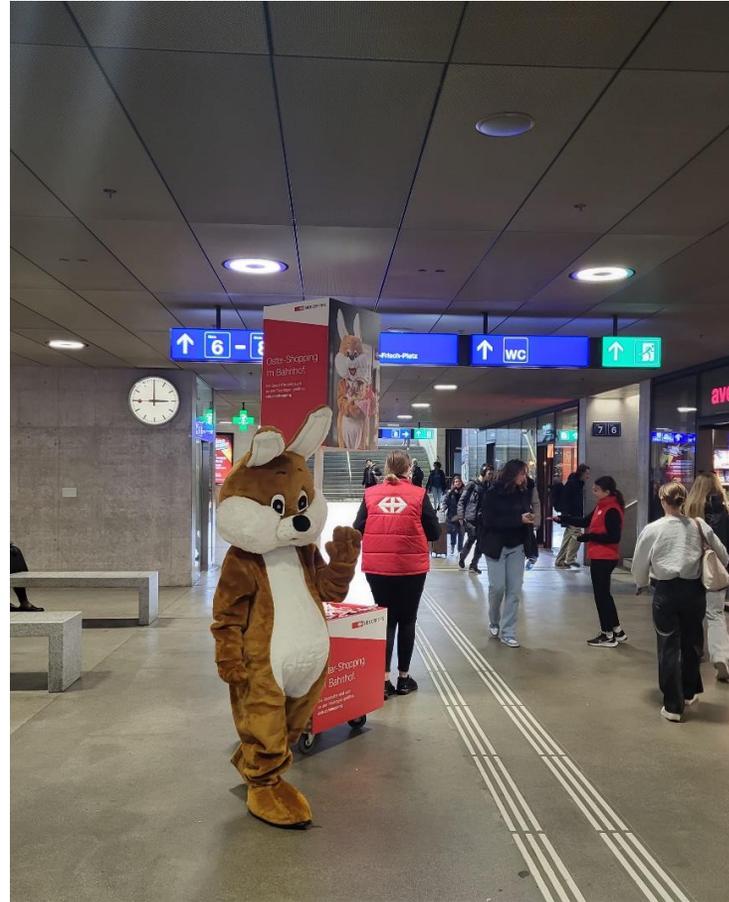
Contexte et idée	Objectifs.
<ul style="list-style-type: none">• En 2024, le juke-box est reparti en tournée dans toute la Suisse. Le programme a été adapté et optimisé par rapport à 2023.• Programme encadré les samedi et dimanche avec pop-corn gratuit et possibilité de danser, d'écouter sa chanson préférée et de gagner des bons d'achat pour faire du shopping.• Ajout de démonstrations de danse de différents styles le samedi pour mettre de l'ambiance.	Attractivité du site: la gare doit être perçue comme un lieu attractif.
Période et lieu	Instruments-clés
D'avril à octobre 2024	Hors ligne: e-board, journal gratuit 20 Minutes, publicité des transports publics, distribution d'échantillons
Gares: Aarau, Bâle CFF, Berne, Genève Cornavin, Genève-Aéroport, Lucerne, Saint-Gall, Winterthour	En ligne: réseaux sociaux (Facebook et Instagram), bannières en ligne notamment sur cff.ch, Newsletter CFF

Campagne de Pâques.



Impressions de l'action de sympathie.

Vidéo.

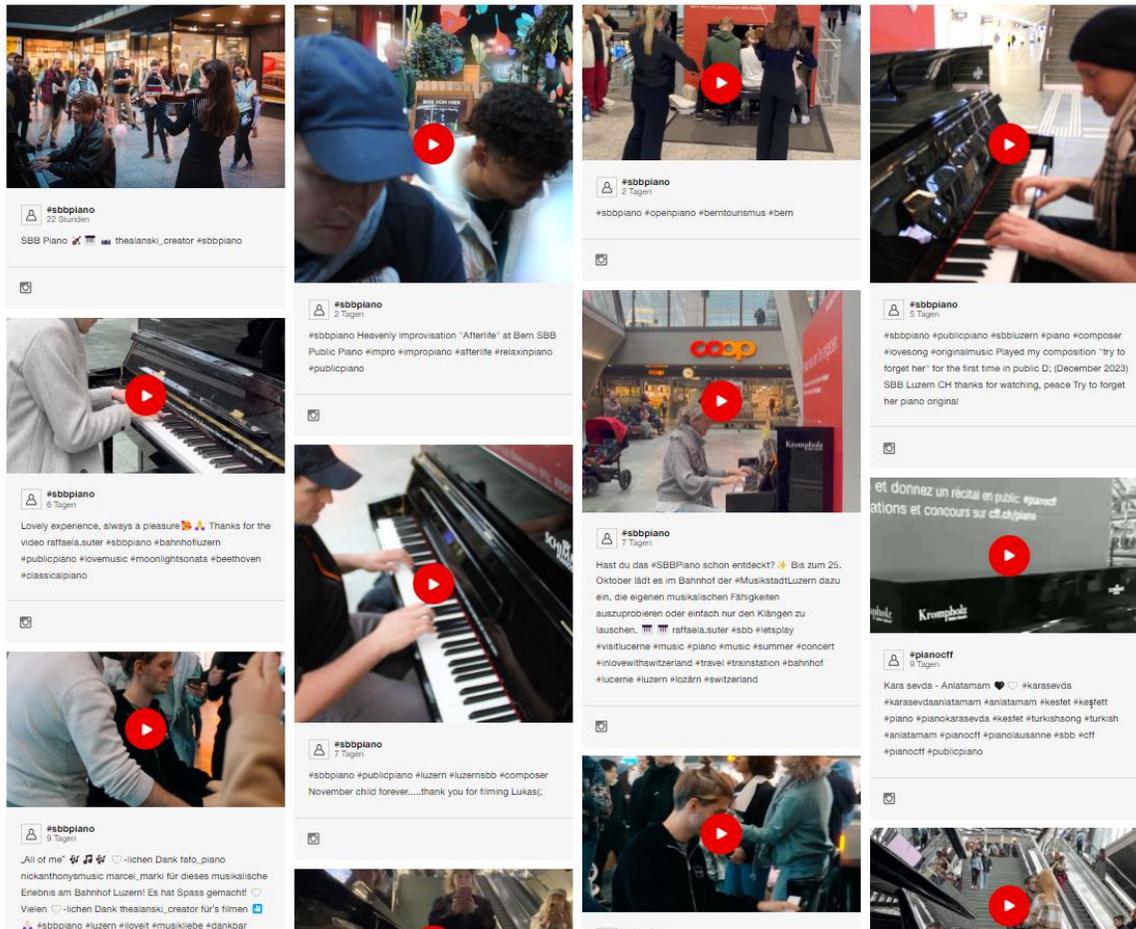


Campagne de Pâques.

Situation initiale/idée	Objectif.
<ul style="list-style-type: none">• Programme proposé dans les gares de Lausanne, d'Oerlikon et de Zoug où le juke-box n'a pas pu être installé faute d'emplacement adapté.• Promotion supplémentaire à Lausanne, Genève Cornavin, Genève-Eaux-Vives et Genève-Aéroport.• Intervention de promotrices et promoteurs déguisés en lapins pour attirer l'attention du public.	<ul style="list-style-type: none">• Améliorer l'image et la satisfaction de la clientèle.• Créer un effet de surprise pour toutes les générations.• Renforcer la popularité des offres et étendre les heures d'ouverture quotidiennes pendant les fêtes de Pâques.
Période et lieu	Instrument-clé
Distribution gratuite: les 27 et 28 mars 2024 En ligne: du 25 mars au 1 ^{er} avril 2024 (pour l'ensemble des 15 gares)	Hors ligne: campagne de distribution d'œufs de Pâques en chocolat avec le message suivant sur l'emballage: «Shopping de Pâques à la gare. Les commerces restent ouverts durant les jours fériés».
Gares: Genève Cornavin, Genève-Aéroport, Genève-Eaux-Vives, Lausanne, Oerlikon, Zoug	En ligne: réseaux sociaux, bannières avec géolocalisation, application Mobile CFF, e-board

Pianos CFF en tournée.

Nos pianos repartent en tournée dans les gares suisses. Mettez-vous au clavier et laissez libre cours à votre talent musical. Rien de tel que votre morceau favori pour offrir une parenthèse originale aux personnes de passage en gare!





Même la scène musicale
suisse a aimé nos pianos.

Noah Veraguth, chanteur de Pegasus, au clavier à la gare de Lausanne.

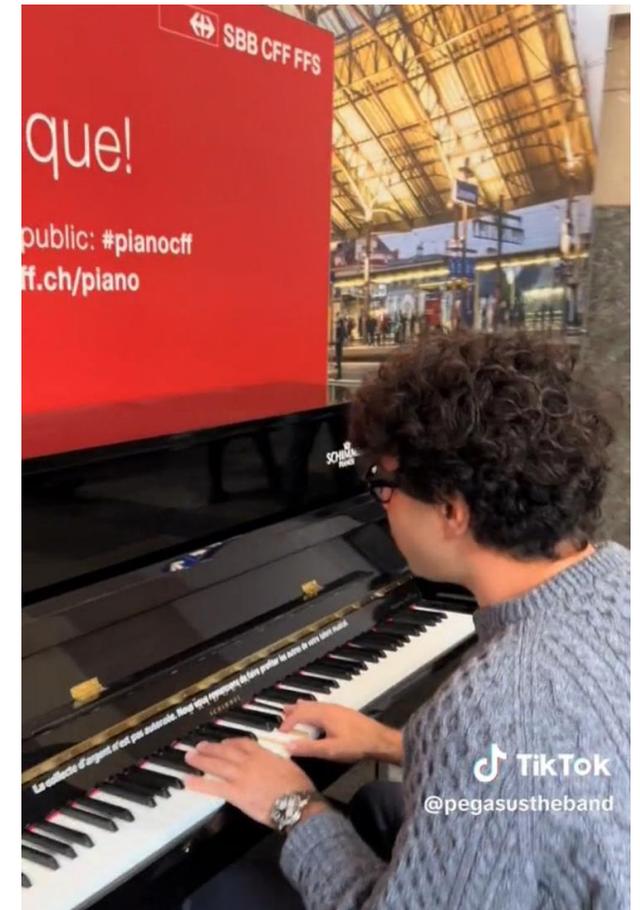
Facebook



Instagram



TikTok



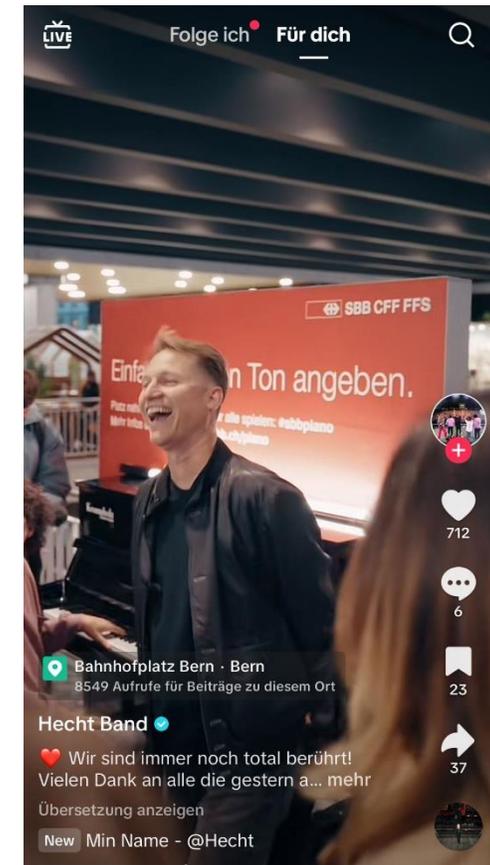
Stefan Buck, chanteur du groupe Hecht, a interprété le nouveau single «Min Name» en live à la gare de Berne.



Instagram



TikTok



Pianos en tournée.

Situation initiale/idée	Objectif.
<ul style="list-style-type: none">• En raison de leur popularité et de diverses demandes, les pianos sont de nouveau présents cette année dans plusieurs gares de Suisse.• Les pianos ont un effet positif sur l'image des gares.• Les vidéos des musiciennes et musiciens de passage se propagent de manière virale sur les réseaux sociaux.	<ul style="list-style-type: none">• Améliorer l'image et la satisfaction de la clientèle.• Créer un effet de surprise pour toutes les générations.• Renforcer la popularité des offres et étendre les heures d'ouverture quotidiennes pendant les fêtes de Pâques.
Période et lieu	Instrument-clé
D'octobre 2024 à janvier 2025	Hors ligne: pianos dans les gares
Gares: Genève Cornavin, Genève-Eaux-Vives, Fribourg, Berne, Neuchâtel, Olten, Chiasso, Lugano, Bellinzona	En ligne: site Internet www.cff.ch/piano Réseaux sociaux avec géolocalisation

Campagne spéciale de Lausanne.

SBB CFF FFS

Présents pour vous, même les jours fériés.

Les commerces de la gare de Lausanne sont ouverts 7/7, du matin au soir, également durant les travaux.
Gagnez maintenant 10 × CHF 200.-*.
cff.ch/bonsvoisins

Shopping en gare

*10 assortiments de bons d'une valeur de CHF 200.- chacun, pas de versement en espèces. Action valable du 16 décembre 2024 au 5 janvier 2025.

BREZELKÖNIG **CAFÉ** **coop pronto** **flying tiger copenhagen** **kiosk** **LA CHOCOLATÈRE** **medbase CENTRE MÉDICAL** **ROYAL Bloom** **PHARMACIE SUN STORE** **SWISS LANGUAGE GROUP** **take** **tibits** **take away** **WILCO** **Western Union**

Campagne spéciale de Lausanne.

Situation initiale/idée	Objectif.
<ul style="list-style-type: none"> • Campagne réalisée principalement autour de la gare de Lausanne pour informer le voisinage que les commerçants de la gare restent ouverts durant les jours fériés et les travaux. • Envoi d'un flyer intégrant un concours. • Remise du talon dans les urnes mises à disposition dans les commerces de la gare, qui disposent également de flyers. 	<ul style="list-style-type: none"> • Informer la clientèle des horaires étendus. • Inciter la clientèle à fréquenter les commerces. • Améliorer l'image et la satisfaction de la clientèle.
Période et lieu	Instrument-clé
16 décembre 2024 au 5 janvier 2025.	Hors ligne: envoi d'un flyer dans le quartier, affichage urbain.
Gare: Lausanne	En ligne: réseaux sociaux, e-board

Campagne spéciale des Eaux-Vives.

SBB CFF FFS

PARKING DE LA GARE
1 HEURE
GRATUITE*

A vos côtés depuis 5 ans.
Gagnez 5 × CHF 500.-.

Les commerces de la gare des Eaux-Vives sont ouverts 7/7, du matin au soir – même les jours fériés. Gagnez maintenant un des 5 bons de CHF 500.-.**
cff.ch/eaux-vives-5ans

Shopping en gare

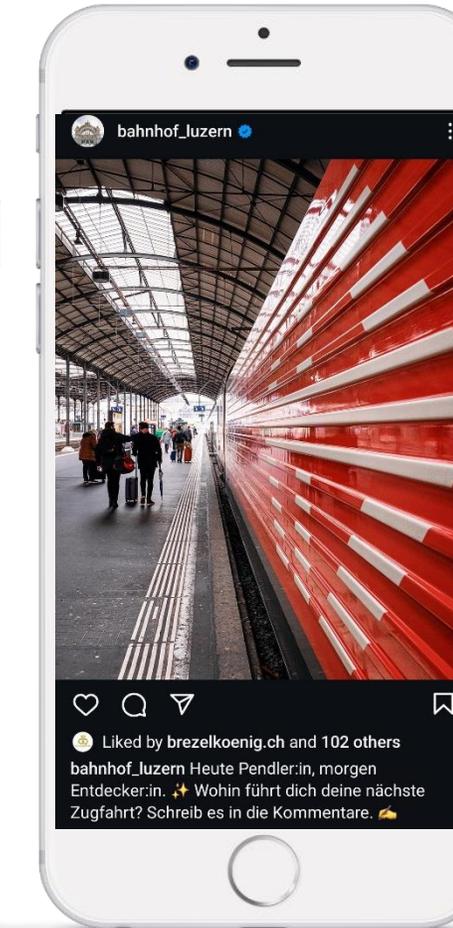
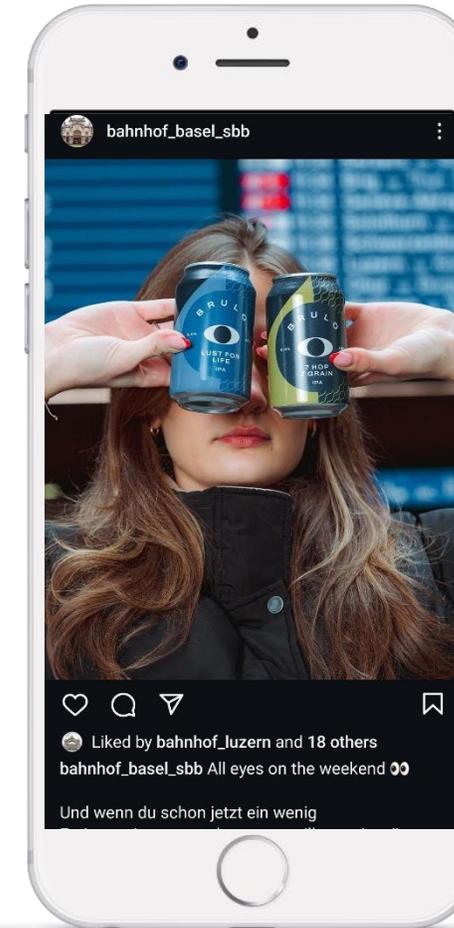
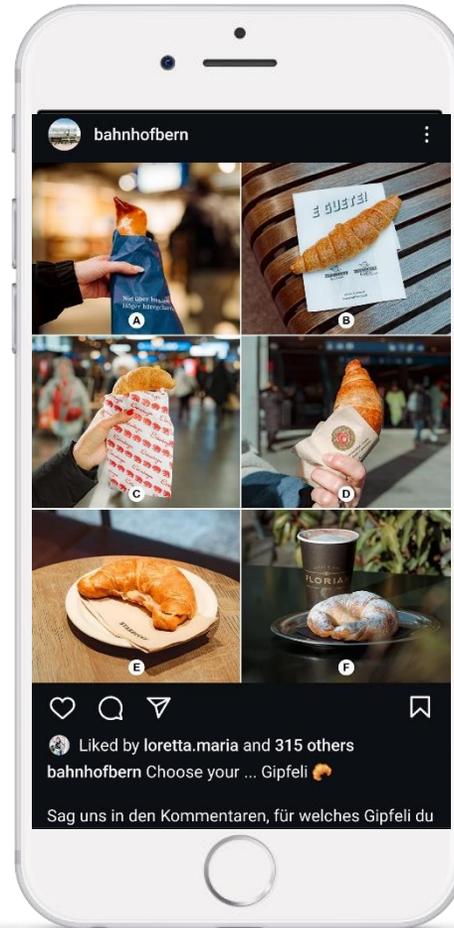
* Actuellement, la première heure de stationnement dans le parking souterrain de la gare est gratuite.
** 5 assortiments de bons d'une valeur de CHF 500.- chacun, pas de versement en espèces, participations multiples possibles. Action valable du 16 au 31 décembre 2024.

Western Union | ifmac | NICOLAS | migrolino | fleuriot 1920 | kiosk | WOLFSBERG | SUSHISHOP | BARBER | FIVE GUYS | PHARMACIE PRINCIPALE

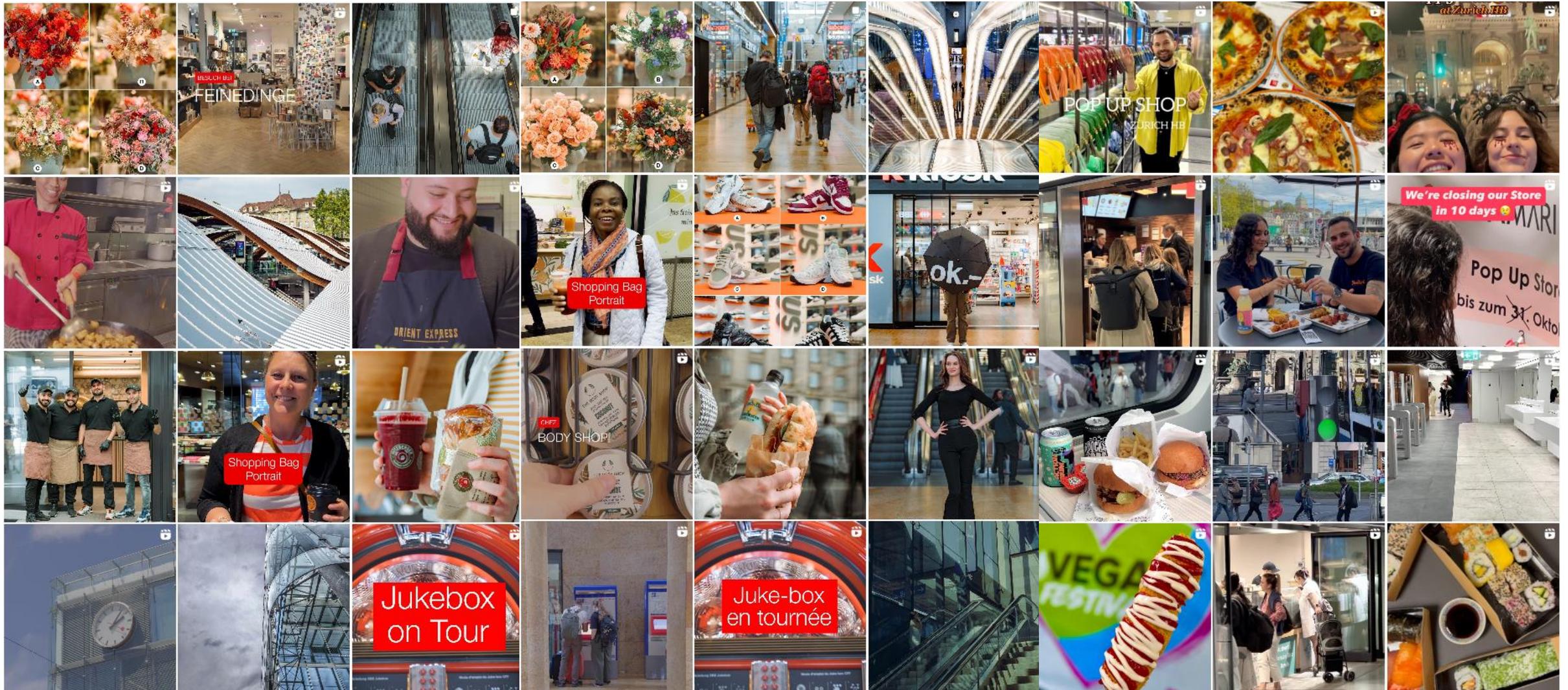
Campagne spéciale des Eaux-Vives.

Situation initiale/idée	Objectif.
<ul style="list-style-type: none">• Campagne réalisée principalement autour de la gare des Eaux-Vives pour informer le voisinage que les commerçants de la gare sont à leurs côtés depuis 5 ans et sont ouverts durant les jours fériés.• Un flyer informatif est envoyé dans le quartier avec un talon de concours déposable uniquement chez les commerçants, qui ont aussi des flyers.• Une équipe de promotion distribuera le flyer et des chocolats aux entrées de la gare.	<ul style="list-style-type: none">• Informer la clientèle.• Inciter la clientèle à fréquenter les commerces.• Améliorer l'image et la satisfaction de la clientèle.
Période et lieu	Instrument-clé
16 au 31 décembre 2024	Hors ligne: envoi d'un flyer dans le quartier, affichage urbain, promotion aux entrées de la gare
Gare: Eaux-Vives	En ligne: réseaux sociaux, e-board

Mesures en ligne.



Réseaux sociaux des gares.



Instagram Bern

Instagram Genf Cornavin

Instagram Zürich Hauptbahnhof

Réseaux sociaux des gares.

Situation initiale/idée	Objectif.
<ul style="list-style-type: none"> • Cette année encore, les canaux des gares ont été exploités. • De nouveaux contenus ont été publiés pour souligner le lien avec la gare comme destination de shopping. • Comme les années passées, les locataires ont aussi participé. Les contributions sont mises en avant par centre d'intérêt, 	<ul style="list-style-type: none"> • Conversion – la fréquentation et la durée de séjour dans les gares doivent augmenter. • Recommandation – la gare doit être perçue et recommandée comme destination pour se restaurer et faire des achats. • Popularité – l'offre dans les gares doit être communiquée en continu pour gagner en popularité.
Période et lieu	Instrument-clé
<p>Du 1^{er} janvier au 31 décembre 2024</p> <p>Gares: Bâle CFF, Berne, Genève Cornavin, Lucerne, Zurich gare centrale</p>	<p>En ligne: Facebook et Instagram</p> <p>Push du contenu organique</p>



Perspectives 2025.

Comment nous avons procédé.

- Poursuite des orientations stratégiques en 2025
 - Ancrer les gares dans l'esprit des clients en tant que lieux privilégiés pour se restaurer, faire des courses et du shopping.
 - Augmentation de la notoriété des offres et des horaires d'ouverture quotidiens
 - Augmenter la fréquence des visiteurs et la durée de leur séjour dans les gares.
- Conclusions des campagnes 2024
- Connaissance des clients / enquêtes auprès des clients
- Tendances comme par exemple l'étude du GDI "Ausgebummelt« ou nos enquêtes clientèle.



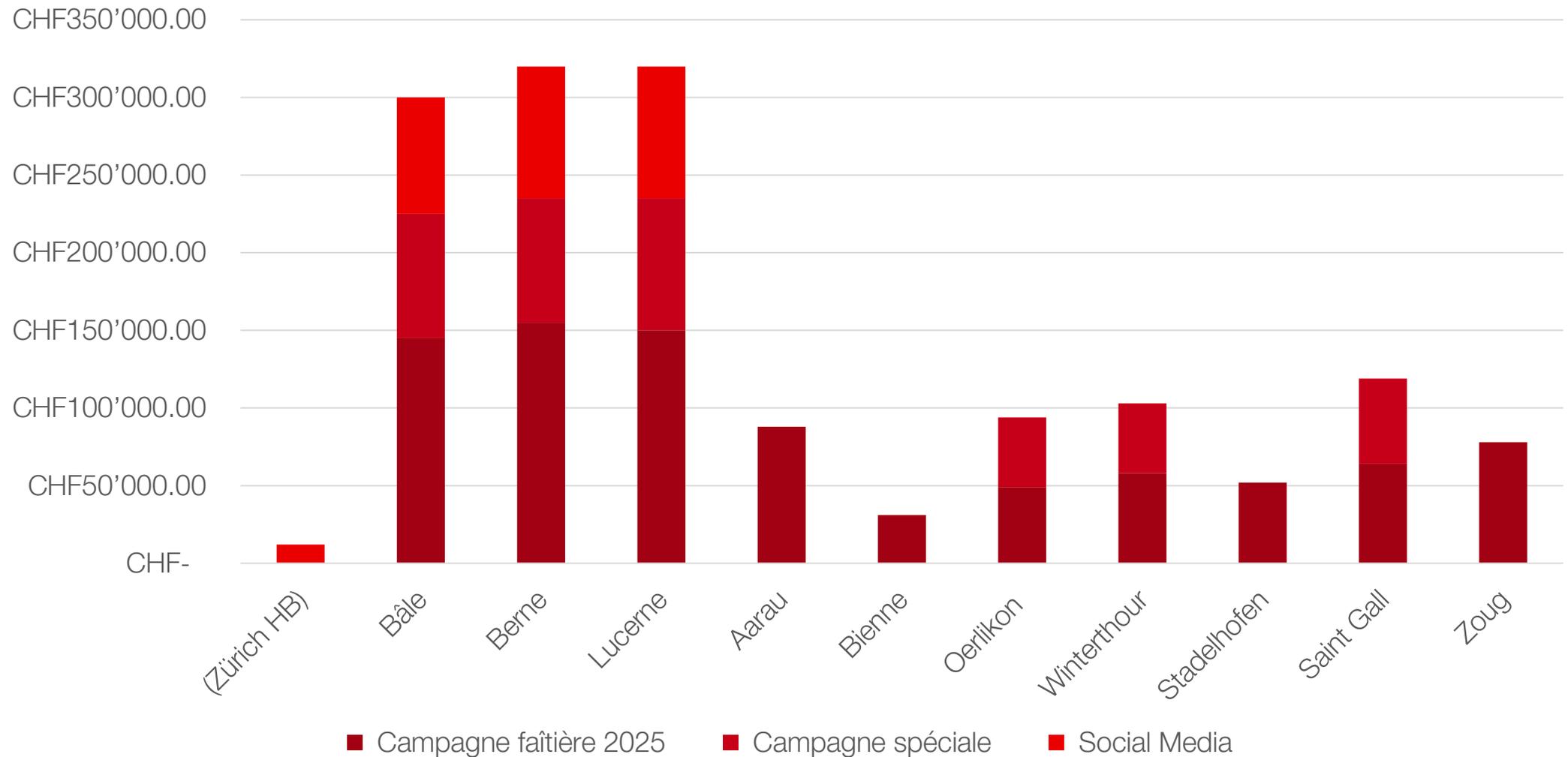
Enquête de satisfaction des locataires Marketing – Merci !

Principales conclusions en bref :

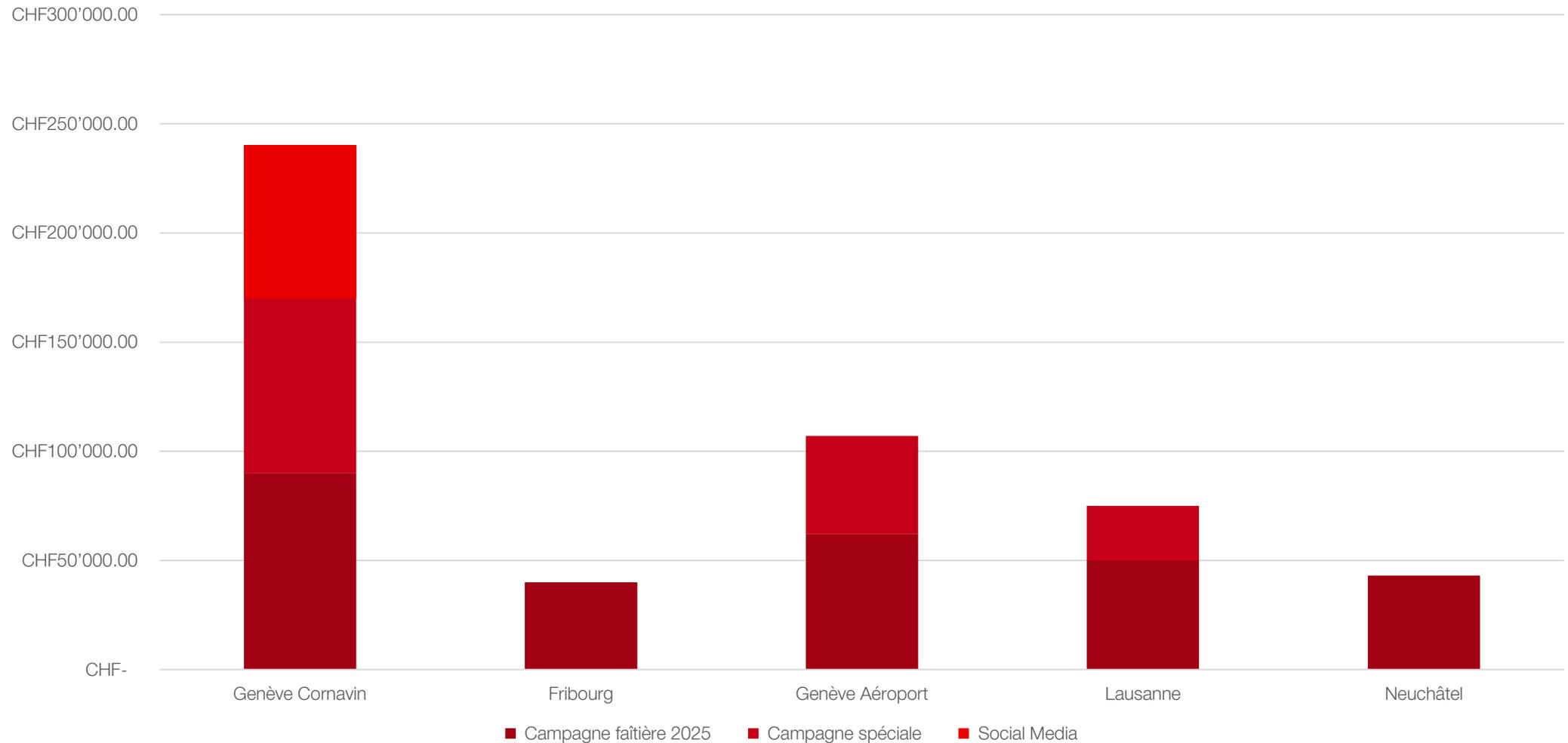
- Envoi à 517 contacts marketing de 16 gares. Participation 69 personnes / taux de réponse 13
- Grande notoriété et satisfaction quant à l'encadrement :
 - 93% connaissent le marketing Gare
 - Plus de deux tiers satisfaits de l'encadrement et de la fréquence des informations.
- Notoriété et intérêt pour les canaux de communication :
 - Canaux les plus connus : lettre d'information aux locataires, promo & événements, application mobile.
 - Canaux les moins connus : Benefit CFF, WiFi CFF, le NL pour les clients finaux et Facebook.
 - Plus grand intérêt : App mobile CFF, Promo & Events, sbb.ch, CFF Benefit.
- Les réactions sont très diverses.
- Optimisation de la communication avec les locataires - réalisation du roadshow en ligne plutôt que physiquement
- Réactions à l'enquête prises en compte dans la planification de la campagne 2025.

Planification de campagnes 2025.

Vue d'ensemble du budget des gares 2025.



Vue d'ensemble du budget des gares 2025.



Planification provisoire des campagnes 2025.

JAN	FEB	MARS	AVR	MAI	JUIN
			Phase de printemps Campagne faitière Faire connaître l'offre / attrait	Modules complémentaires Attrait / Conversion	Phase d'été Campagne faitière Faire connaître l'offre / attrait
Social Media: Attrait / Conversion					

JUIL	AOÛT	SEPT	OCT	NOV	DÉC
Phase d'été Campagne faitière Faire connaître l'offre / attrait	Modules complémentaires Attrait / Conversion	Modules complémentaires Attrait / Conversion	Phase d'automne Campagne faitière Faire connaître l'offre / attrait Pianos CFF on tournée	Phase d'automne Campagne faitière Faire connaître l'offre / attrait Pianos CFF on tournée	Pianos CFF on tournée.
Social Media: Attrait / Conversion					

Nouvelle campagne faîtière 2025.

Personne ne souhaite avoir plus de temps pour faire des courses ou flâner, mais tout le monde ou presque souhaite avoir plus de temps pour soi, sa famille et ses ami·e·s.

Extrait de l'étude GDI «Ausgebummelt».

Cela nous conforte dans l'idée que nous proposons une offre de shopping idéale dans les gares: une offre qui permet d'acheter l'essentiel en passant et d'économiser ainsi un temps précieux. Un temps que l'on peut prendre pour soi ou partager avec ses ami·e·s et sa famille.

En collaboration avec notre agence, nous avons conçu des sujets et des messages pour la nouvelle campagne ombrelle. Nous avons mis l'accent sur le centrage sur le client.

Nous avons testé l'efficacité des sujets et des messages au moyen d'un pré-test pour examiner les aspects tels que l'attractivité, l'originalité et la compréhensibilité.

Nous illustrons ce message par des scènes chargées d'émotion tirées du quotidien de notre groupe cible très hétérogène.

Le message «Vos courses à la gare, c'est ça.» a convaincu lors du pré-test.



Les images ont été élaborées sur la base d'ébauches générées par l'IA. Les images finales, qui seront mises au point plus tard, représenteront des personnes réelles photographiées dans des environnements réels. Les visuels et le message ont été testés dans le cadre d'un sondage en phase de pré-test pour s'assurer de leur bonne compréhension par la clientèle.

Campagne faîtière 2025.

Situation initiale/idée	Objectif.
<ul style="list-style-type: none">Nous prévoyons une nouvelle campagne publicitaire globale pour faire connaître à un large groupe cible l'offre commerciale attrayante proposée dans les gares. .L'accent est mis sur la clientèle.	<ul style="list-style-type: none">Positionner les gares comme des destinations d'achat attrayantes, rapides et pratiques.
Période et lieu	Instrument-clé
Avril Juin et juillet Octobre et novembre	Hors ligne: affiches aux arrêts de bus/tram, journal gratuit 20 Minutes, Passenger TV, cartons suspendus en publicité intérieure et extérieure pour les trams et les bus
Gares: Aarau, Bâle CFF, Berne, Bienne, Fribourg, Genève Cornavin, Genève-Aéroport, Lausanne, Lucerne, Neuchâtel, Saint-Gall, Winterthour, Zurich Oerlikon, Stadelhofen, Zoug	En ligne: réseaux sociaux, bannières avec géolocalisation

Modules complémentaires pour la campagne faîtière.

- Les idées découlant de la campagne faîtière qui sont utilisées sous forme de modules et mises en œuvre dans les gares ci-après sont en cours de développement:
Bâle CFF, Lucerne, Genève Cornavin, Genève-Aéroport, Winterthour, Saint-Gall, Oerlikon
- Idées possibles (en fonction du site et du budget):
 - promotion avec une roue de la fortune dans les gares
 - distribution de flyers avec question de concours/urne dans les commerces
 - production d'un sac de bonne qualité pour le shopping à la gare (distribution lors d'événements)

Pianos en tournée.

La poursuite de la campagne des pianos en 2025 est à l'étude.



Perspectives pour les réseaux sociaux des gares.

Situation initiale/idée	Objectif.
<ul style="list-style-type: none">• Des études* montrent que l'utilisation des réseaux sociaux est en baisse, une tendance confirmée par nos propres données.• Peu d'intérêt pour le WiFi CFF et les réseaux sociaux selon l'enquête de satisfaction des locataires.• Baisse du budget pour les réseaux sociaux en 2025.	<ul style="list-style-type: none">• Axe stratégique: conversion, recommandation et popularité• Accent mis sur nos locataires, l'ouverture de nouveaux commerces et les événements
Période et lieu	Instrument-clé
<p>Du 1^{er} janvier au 31 décembre 2025</p> <p>Gares: Bâle CFF, Berne, Genève Cornavin, Lucerne, Zurich gare centrale</p>	<p>En ligne: Facebook et Instagram</p> <p>Push du contenu organique</p>

*Digital News Report 2023 de Reuters Institute et Harvard Business Review

Indiquez le canal de la gare comme partenaire de collaboration dans vos contributions ou taguez-nous (p. ex. @bahnhofbern). Nous partageons volontiers vos contributions pour élargir ensemble notre rayon d'action – une situation gagnant-gagnant.



Informations complémentaires.

Nouvelles agences à partir de la mi-2025.

- Les contrats dans le domaine «Agences/Services créatifs» expirent en 2025 aux CFF. L'occasion de mener une réflexion stratégique sur l'acquisition de services d'agences et de services créatifs, et de mettre en place un processus d'acquisition interdivisionnel.
- Les CFF sont soumis aux dispositions de la loi fédérale sur les marchés publics. Actuellement, les services d'agence et les services créatifs font l'objet d'un appel d'offres public en procédure sélective.
- Pour l'unité Marketing de CFF Immobilier, cela inclut le Content Marketing et les agences créatives pour les gares.
- Il est prévu que les CFF collaborent avec les nouvelles agences à partir de la mi-2025.

Site Internet des gares: optimisez la page de votre commerce.

Exemple.

Caffè Spettacolo.



Öffnungszeiten.

Normale Öffnungszeiten.

Mo.–Mi. 5.00–21.00 h

Do.–So. 5.30–21.00 h

Alle Angaben ohne Gewähr.

Bereits seit 1999 setzen wir uns täglich dafür ein, unseren Gästen einen einzigartigen Caffè zu servieren. Dafür kombinieren wir sorgfältig ausgewählte, eigene Röstungen mit wahren Barista-Handwerk und der berühmten italienischen Lebensfreude. Besuche uns und lass dir deinen Lieblingscaffè zubereiten! Neben unseren hochwertigen Kaffeespezialitäten ist auch für den kleineren oder grösseren Hunger und Gluscht gesorgt: Wähle aus verschiedenen herzhaften Focaccie, Cornetti und diversen Dolci dein passendes Gebäck zum Caffè.

Kontakt.



Caffè Spettacolo
Tel.: +41 91 318 11 50
E-Mail: spettacolo.ch

Ähnliches entdecken.

Restaurants / Take-Away **19**

Saisissez l'occasion pour renforcer l'attrait et la standardisation de vos commerces dans les gares.

Proposez une description attrayante de votre offre pouvant être ajoutée automatiquement dans tous vos commerces situés dans nos gares.

Envoyez-nous une photo standard que nous enregistrerons en back up pour vos commerces. Cette image sera utilisée en attendant une photo actuelle de la devanture de votre commerce.

Votre offre bénéficiera ainsi d'une présentation professionnelle à tout moment et attirera davantage de clientes et clients!

Contact: marketing.immobilien@sbb.ch

Informations et contacts.



Plateforme marketing

cff.ch/locataires

Utilisateur: Locataire

Mot de passe: qe-wNB*?



Roadshow, une fois par an

Prochaine date: T4 2024



marketing.immobilier@cff.ch

Pour toute question ou demande sur le marketing

A group of people are sitting on a light-colored floor, looking at a smartphone held by one of them. The scene is captured from a high angle, focusing on their hands and the phone. The background is slightly blurred, showing the legs and arms of several people.

Danke, merci
& grazie.