

**Titre :** POLITIQUE DE L'EXPÉRIENCE CLIENT

**Approuvée par :** Conseil d'administration

---

## 1. Objet général

La présente politique vise à définir les principes qui guident l'expérience client au Réseau de transport de la Capitale (RTC). En effet, le RTC désire maintenir un haut niveau de satisfaction de sa clientèle, dépasser les attentes des clients, les fidéliser et augmenter son achalandage, et ce, en misant sur des services de qualité et sécuritaires.

## 2. Fondement

L'expérience client désigne l'ensemble des émotions qu'un client ressent lorsqu'il interagit avec le RTC, et ce, dans toutes les sphères de la relation d'échange entre le client et le RTC (numérique ou interpersonnelle).

Cette expérience entraîne des sentiments et des émotions pour le client avant, pendant et après l'utilisation du service. L'expérience client peut se traduire par différents éléments (environnement, publicité, point de vente, vécu, usage, etc.). Elle englobe la qualité de l'offre de produits du RTC, de son service, mais aussi la qualité de la relation que le RTC a avec sa clientèle.

L'expérience client est importante en ce qu'elle conditionne l'utilisation des services du RTC, mais aussi la fidélisation de la clientèle. Elle vise à positionner les besoins de la clientèle au cœur des priorités et des décisions du RTC. En implantant une culture axée sur le client, en innovant et en réinventant constamment les façons de faire, le RTC vise à accroître son nombre d'utilisateurs, mais aussi à établir une relation solide avec la clientèle existante.

La Politique de l'expérience client confirme l'intention du RTC de privilégier des processus d'affaires et des projets lui permettant de répondre davantage aux besoins de sa clientèle et des citoyens de l'agglomération de Québec, toujours dans un objectif d'acquisition et de fidélisation.

## 3. Champ d'application

Cette politique s'applique à tout le personnel du RTC et vise toutes les étapes du parcours client, de la planification du déplacement à la rétrospection du client vis-à-vis son déplacement.



## 4. Objectifs

- Faciliter la vie du client et créer une expérience simple, cohérente et positive, et ce, à tous les points de contacts avec la clientèle;
- Définir des principes en expérience client afin de prioriser les actions et les projets qui apportent de la valeur client;
- S'assurer que le service offert à la clientèle soit effectué selon les principes suivants :
  - fournir une information claire, uniforme, accessible et disponible rapidement afin que les déplacements s'effectuent le plus facilement possible;
  - offrir différentes possibilités pour se procurer un titre de transport;
  - s'assurer d'une signalétique efficace, simple et cohérente facilitant les déplacements;
  - assurer des cheminements accessibles et sécuritaires vers les arrêts;
  - fournir des zones d'arrêt propres, sécuritaires et protégées si possible des intempéries;
  - fournir des infrastructures et des véhicules de qualité, accessibles, propres et confortables;
  - fournir un service fiable et courtois;
  - faciliter le dépôt de commentaires relatifs à la qualité du service et offrir un suivi rapide et professionnel de ceux-ci.

## 5. Définitions

Clientèle : Toute personne qui utilise les services du RTC.

## 6. Règles et procédures applicables

### 6.1. Afin de rencontrer les objectifs prévus à la présente politique, le RTC s'engage à :

- Mettre en place des outils permettant de faire des analyses, des études et des sondages récurrents afin de bien connaître les profils, les besoins et les attentes de la clientèle actuelle et future;

- Cartographier le parcours client de chacun des services offerts (*Customer journey mapping*) et en mesurer la performance régulièrement afin d'identifier les points critiques et les opportunités d'amélioration;
- Mettre en place et maintenir à jour un plan d'action afin d'améliorer l'expérience client;
- Définir et faire évoluer les processus requis afin de mesurer les actions mises en place pour ainsi s'assurer de toujours répondre aux besoins de la clientèle et d'écouter le client en permanence;
- Partager périodiquement les résultats avec l'ensemble du personnel afin de s'assurer de leur mobilisation quant à l'importance de placer le client au sommet des priorités du RTC.

## 6.2. Responsabilité des intervenants

### 6.2.1 Comité approche client

En application de l'article 60 de la *Loi sur les sociétés de transport en commun* (RLRQ, c. S30.01), le conseil d'administration du RTC a formé un comité technique portant le nom de « comité approche client », dont le mandat consiste à valider les orientations du RTC concernant l'expérience client lors de l'utilisation de ses produits et services, ainsi qu'à s'assurer que les projets et/ou dossiers qui lui sont présentés répondent aux objectifs établis et que leur déploiement et leur réalisation respectent les cadres initialement établis. Le comité approche client étudie les recommandations du RTC et, le cas échéant, recommande l'adoption des normes de services et de toute autre mesure en lien avec l'expertise client. Il s'assure également de la réalisation et du suivi des objectifs annuels du RTC en matière d'expérience client et du suivi du plan d'action visant l'amélioration de l'expérience client.

### 6.2.2 Comité de direction

Le comité de direction est responsable de s'assurer que l'expérience client soit au centre de chaque décision relative à l'offre de service du RTC, à ses processus d'affaires et ses projets qu'il priorise. L'expérience client est une valeur faisant partie intégrante du RTC au quotidien.

### 6.2.3 Coordonnateur du comité approche client

Le coordonnateur du comité approche client supporte la présidence du comité dans les travaux de celui-ci et présente les dossiers au comité. Il fait la liaison entre le comité approche client et les différentes directions concernées du RTC.

Les principaux dossiers présentés au comité approche client concernent :

- le développement de l'offre, des produits et des services;
- la satisfaction de la clientèle;
- le développement des marchés;

- la stratégie tarifaire;
- les normes de qualité des services;
- l'accessibilité universelle et le Guide de design des infrastructures;
- la performance de chacun des services offerts;
- et les modifications du réseau, incluant les orientations relatives aux arrêts.

#### **6.2.4 Sous-comité partenaires – milieu associatif**

Le coordonnateur du comité approche client gère les activités du sous-comité partenaires – milieu associatif dans le cadre des différents projets liés à l'offre de service du RTC.

Le sous-comité partenaires – milieu associatif a comme mandat d'assurer un lien entre le RTC et les organismes représentant les différents types de clientèle des services de transport en commun et adapté; il participe à la planification des activités visant l'amélioration de ces services de transport et contribue à la réalisation de certains projets spécifiques par sa participation à des comités de travail.

Après chaque rencontre de ce sous-comité, une reddition de comptes est présentée au comité approche client.

## **7. Annexes**

S. O.

## **8. Responsable de l'application**

Le directeur du développement réseau, de l'expérience client et des communications est responsable de l'application de la présente politique.

## **9. Dispositions finales et mesures transitoires**

La présente politique intitulée « Politique de l'expérience client » abroge et remplace la Politique de l'approche client adoptée par la résolution n° 16-105, le 30 novembre 2016.

## **10. Entrée en vigueur**

La présente politique entre en vigueur le jour de son adoption par le conseil d'administration du RTC.

Le 5 mai 2021

**(S) Stéphanie Deschênes**

---

M<sup>e</sup> Stéphanie Deschênes, secrétaire générale