

À: Conseil d'administration de Metrolinx

De: Mark Childs
Directeur du marketing

Date: 1^{er} décembre 2022

Objet: Mise à jour trimestrielle du marketing

Résumé

En concluant l'été et en entrant à l'automne, l'équipe de marketing a continué de se concentrer sur l'obtention de résultats grâce à de nouveaux partenariats innovants avec des programmes d'affaires et de loisirs qui soutiennent fortement la croissance et la demande de l'achalandage.

Metrolinx a continué d'améliorer l'expérience client et les commodités en installant plus de 60 distributeurs automatiques dans diverses gares GO offrant une variété de boissons, de collations et de produits de pharmacie. Et plus récemment, après une interruption de deux ans, Metrolinx s'est associée à la Royal Agricultural Winter Fair du 4 au 13 novembre à Exhibition Place, célébrant son 100^e anniversaire.

La satisfaction de la clientèle GO (CSAT) s'est améliorée à 79 % en octobre. Cette amélioration a été stimulée par un service supplémentaire qui a répondu à la demande des clients alors que les clients retournaient au travail et à l'école. UP Express a maintenu un score CSAT solide de 85 % pour octobre avec un service de pointe fréquent de 15 minutes ajouté au début d'octobre.

Performances de l'achalandage

En septembre 2022, GO et UP ont réalisé une récupération de 59,5 % de l'achalandage avec une récupération de 93,6 % de l'achalandage le week-end. Nous avons constaté un changement dans les habitudes de déplacement des clients indiquant une transition vers les voyages d'affaires et scolaires - en particulier, l'achalandage ferroviaire en semaine a augmenté de 15 % et l'achalandage le week-end a chuté de 22 %.

L'achalandage PRESTO des jeunes et des établissements postsecondaires est revenu à 78,6 % par rapport à 2019. La reprise de l'achalandage maximal de GO était de 42,5 % jusqu'en septembre, alors que les clients commencent la transition vers un environnement post-pandémique retournant au travail et aux écoles, soutenus par l'engagement des étudiants sur six campus et complété par le partenariat Durham College Oshawa GO pour renforcer l'engagement des étudiants, des employés et de la communauté dans la région.

L'Exposition nationale canadienne (CNE) est revenue en personne (du 19 août au 5 septembre), avec notre partenariat promotionnel qui comprenait cinq panneaux

d'affichage numériques le long des principaux corridors routiers, un autobus GO enveloppé et un kiosque sur place et l'engagement des clients avec plus de 40 000 Échanges d'avantages PRESTO - le plus grand nombre d'échanges jamais obtenus pour un avantage PRESTO !

Nous avons également eu un partenariat de quatre jours très réussi avec Fan Expo, car nous avons constaté une augmentation de 30 % des billets combinés à partir de 2019 (avant la pandémie) et avons participé en tant que vendeur vendant plus de 2 500 cartes PRESTO à collectionner DC en édition limitée.

Expérience client et développement commercial

Notre partenariat de trois mois avec Door Dash comprend un avantage PRESTO de 0 \$ de frais de livraison sur la première commande d'un client PRESTO participant. Nous avons également lancé un projet pilote de six mois avec Pumpkin Kart - une petite entreprise de Toronto qui propose des services de livraison à domicile en ligne spécialisés dans les services de livraison d'aliments et d'épicerie ethniques desservant actuellement les communautés sud-asiatiques et moyen-orientales au Canada. Grâce à ce partenariat, nous offrons aux nouveaux clients jusqu'à 50 % de réduction sur leur première commande de nourriture. Ces deux partenariats offrent aux utilisateurs de PRESTO une excellente occasion de profiter d'offres promotionnelles.

De plus, Metrolinx a renouvelé son entente avec Purolator pour conserver ses emplacements de vente au détail actuels dans les gares GO et les éléments publicitaires connexes sur la propriété de Metrolinx. En plus d'être une source de revenus non tarifaires pour Metrolinx, ce partenariat permet aux clients de gagner du temps en éliminant un arrêt supplémentaire sur leur trajet.

Nous avons également concrétisé des partenariats avec Visa et AMEX pour soutenir notre nouveau paiement sans contact par PRESTO pour GO et UP Transit. Le partenariat AMEX comprend une incitation pour les titulaires de carte, déployée et gérée par AMEX, d'un crédit de relevé de 5 \$ lorsqu'ils dépensent 25 \$ (paiements sans contact jusqu'au 31 décembre 2022).

Pour clôturer cette année sur une note positive, nous avons introduit de nouveaux laissez-passer pour répondre aux besoins des clients, ajouté cinq nouvelles destinations de loisirs pour les bus GO, collaboré à 37 partenariats d'événements, ajouté plus de 40 avantages PRESTO et collaboré avec 99 entreprises pour soutenir leur retour au bureau.

Respectueusement soumis,

Mark Childs

Directeur du marketing