

Fiche d'information Intégration des partenaires.

2025



Information – Intégration des partenaires dans le pull marketing

Caractéristiques du pull marketing

- Marketing dans l’environnement partenaire, hors de l’environnement des transports publics.
- Mise en œuvre du marketing par vos soins en tant que partenaire de service pendant les hits des transports publics.
- Mesures par catégories selon le système de points:
 - Site Internet
 - Réseaux sociaux
 - Newsletters
 - Publicité display/native
 - Imprimés
 - Affiches et spots

Modèles

Pour l’intégration de notre offre de transports publics commune, nous mettons à votre disposition quelques **modèles de texte, images et macarons**.

Ils sont disponibles en allemand, en français, en italien et en anglais via les liens suivants:

- [Exemples d’intégrations](#)
- [Modèles de textes](#)
- [Images](#)
- [Macarons](#)

Branding RailAway À FAIRE

- Utiliser «**RailAway CFF**» comme marque verbale.
- **Différencier les noms des offres:**
 - «**Offre de loisirs RailAway**»: offre complète de RailAway CFF.
 - «**Offre RailAway**»: de 0 à 20% de réduction
 - «**Bon plan RailAway**»: à partir de 30% de réduction
 - «Offre RailAway» et «Bon plan RailAway» sont à utiliser uniquement lors du marketing des mois spécifiques.
- **Groupes de produits:** RailAway CFF communique par groupes de produits (p. ex. Snow’n’Rail, Winter’n’Rail, Hike’n’Rail).

Branding RailAway À ÉVITER

- **Marque verbale «RailAway CFF»:** les variations telles que RailAway, CFF, Railway, etc. ne sont pas autorisées.
- **Noms des offres:** la création de nouveaux noms d’offres ou de groupes de produits est à proscrire.
- N’utilisez PAS les désignations «**Bon plan offre de loisirs**», «**Bon plan transports publics**» et «**Offre standard**» dans la communication avec votre clientèle.

Faits – Ordonnance sur l'indication des prix.

Dans toute communication, veuillez tenir compte de l'ordonnance sur l'indication des prix, afin d'éviter toute confusion ou information erronée pour la clientèle. Pour ce faire, il suffit de suivre les indications suivantes:

Communication sur les réductions:

- Communiquez toujours la réduction de cette manière: **«une réduction pouvant atteindre 50%»**.
- Si vous souhaitez fournir une ventilation plus détaillée des prix, communiquez toujours les deux réductions, par exemple **«une réduction pouvant atteindre 50% sur le titre des transports publics et 20% sur le billet d'entrée»**
- Veuillez communiquer **au cours des deux premières semaines du mois**.
- En cas de communication préalable, utilisez la formulation **«Réservation sur cff.ch/xxx à partir du xx.xx.xxxx»**. N'utilisez pas «Réserver maintenant».

Stratégie One Click:

- la communication « pouvant atteindre 50% » nécessite une **répartition du prix** sur l'URL cible, expliquant comment la réduction est calculée. Sur les pages d'offres de RailAway CFF, cela **est mis en place à partir du 1^{er} du mois**.
- En cas de redirection d'un support publicitaire vers une landing page dédiée au «Bon plan RailAway», veuillez vous assurer que les prix y sont indiqués. Nous nous ferons un plaisir de répondre à vos questions.