

L'ACCUEIL DU PUBLIC AU CENTRE DES ATTENTIONS



Actualité
16/09/2016

La LFP a présenté aux côtés du Paris Saint-Germain et de Customer Expérience la stratégie du football professionnel français pour améliorer l'accueil de tous les publics dans les stades.

Lancée en mai dernier, la feuille de route de la LFP se décline en plusieurs chantiers pour améliorer le spectacle de la Ligue 1 et de la Domino's Ligue 2. Le travail a été entamé en ciblant quatre chantiers : l'arbitrage, les pelouses, la réalisation audiovisuelle, les tribunes et la billetterie.

Dans ce cadre, à l'occasion de la quatrième édition de l'événement "Expérience Client/the french forum", la LFP est intervenue ce vendredi 15 septembre aux côtés du Paris Saint-Germain et de la société Customer Experience afin de présenter et partager la stratégie mise en place par le football professionnel français pour développer l'expérience des spectateurs et tout particulièrement améliorer l'accueil de tous les publics dans les stades de Ligue 1 et de Domino's Ligue 2.

Devant une assistance composée de professionnels de l'expérience clients représentant de nombreuses entreprises françaises de tous secteurs confondus, la LFP a pu exposer le travail accompli avec la société spécialisée Customer Experience afin de définir une vision commune et des signatures de services spécifiques aux clubs de Ligue 1 et de Domino's Ligue 2.

La LFP a ainsi présenté la méthodologie utilisée et les objectifs pour former l'ensemble des personnels "match day" des 40 clubs de Ligue 1 et de Domino's Ligue 2 en lien direct avec le public, c'est-à-dire aussi bien les agents d'accueil et de sécurité, les contrôleurs de billets, les hôtes et hôtesse, ou encore l'ensemble du personnel qui oeuvre dans les buvettes et les salons "hospitalité" à l'occasion des rencontres de Ligue 1 et de Domino's Ligue 2.