Réduire sa Google™ :

Par **David Mazure**

dépendance

le voyage à la carte est une des solutions

Ou situer la frontière entre stratégie et technologie. Cette question : les professionnels du tourisme se la posent tous les jours. Le voyage "à la carte", avec la réservation en temps réel, reste le défi de tous les producteurs comme les distributeurs. L'accès direct au stock s'impose comme la première difficulté. Se pose alors le dilemme de savoir où placer le curseur entre production pléthorique et sélective ?

Dilemme

Plus votre production est originale, plus l'automatisation des réservations sera difficile. Dans le cas contraire, avec un catalogue standardisé, si l'automatisation est envisageable facilement, vos avantages concurrentiels seront moins discriminants. En définitive le choix semble plus stratégique que technologique. Christian Sabbagh, président d'Orchestra, le résume parfaitement : *"Vous ne pouvez automatiser entièrement la réservation qu'à partir d'une catalogue doté d'un stock conséquent. Si vous recherchez à émerger grâce à l'originalité de votre production, la réservation automatisée en temps réel devient problématique."* Pourtant, avec les solutions qui arrivent sur le marché le débat se déplace.

Appli Ipad

La nouvelle appli IPad de Directours est un exemple intéressant. Elle permet de favoriser la construction des voyages de ses clients en misant sur l'inspirationnel. Pour cet objectif, le device est idéal. Ludique, intuitive, appropriable immédiatement, l'appli devrait trouver son public, dans le confort des canapés, auprès des familles heureuses de rêver à leurs prochaines vacances. Le voyage "a la carte" est à portée de clic.

>>>

Technologie

Pour être innovante, elle l'est : l'appli repose sur une architecture sachant arbitrer entre le voyage assisté et le voyage sur mesure. Le futur voyageur est accompagné dans la construction de son voyage, avec des points imposés et des variables laissées à son libre arbitre. Partant de là, les options sont le reflet de la totalité du catalogue de Directours.

Critères personnalisés

Le futur voyageur rentre sa demande : durée, date de départ, etc., et surtout pour personnaliser son voyage, ses critères propres : motivation, goût, confort souhaité, etc., l'objectif étant de faire remonter une proposition de voyages correspondant à ses aspirations.

Point de départ

Le premier critère, et il est imposé, est celui de l'aéroport d'arrivée. C'est à partir de ce point que tout va se construire. L'utilisateur pourra ensuite choisir, sur une carte, les prochaines étapes. L'appli, va proposer pour chaque destination : trois options qui vont se rapprocher au plus près de son profil. Aucune incohérence ne sera possible : tout est analysé par des algorithmes spécialement conçus pour cette solution. Ne ressortira que ce qui est cohérent temps en termes de timing et de distance en adéquation avec les critères initiaux du voyageur. À noter qu'aucune notion de prix n'est encore abordée. Gersende Cherrier, Project manager chez Orchestra explique : *"l'appli c'est d'abord une invitation au rêve"*. Une fois le voyage terminé, l'utilisateur pourra envoyer sa demande à un agent de voyage qui va vérifier les disponibilités et coter le circuit. *"Nous nous engageons à répondre dans les 24 heures"*, précise Corinne Louison Directrice générale de Directours.

Store-to-shop

"Même dans 50 ans, il sera difficile d'automatiser la réservation d'un voyage à la carte. Il y aura toujours un petit hôtel où un autre produit plus confidentiel ne bénéficiant pas d'un stock suffisant pour le permettre", nous prévient Christian Sabbagh. Comment, dans ces conditions, imaginer que la nouvelle appli de Directours puisse le faire aujourd'hui ? Olivier Karvela précise à ce sujet : *"Notre appli est un configurateur de voyage. Le but recherché n'est pas la vente directe à travers la tablette, mais bien de favoriser le dialogue avec nos clients. Si une partie de ceux qui ont téléchargé l'appli nous contacte, l'objectif est atteint"*. C'est du Store-to-shop.

Réduire la dépendance de Google

Alors pourquoi cette appli ? si ce n'est pas pour vendre en direct. Olivier Karvela poursuit ses explications : *"Nous ne connaissons pas les internautes qui nous viennent de Google. Nous ne parvenons pas à maîtriser leur parcours. Même si nous fidélisons pour 40 % de nos clients, ils repassent par Google pour pointer sur Directours et nous repayons. Avec l'appli ce sera différent. Nous en attendons une appropriation en faveur de notre marque, un attachement, une reconnaissance. En favorisant le dialogue avec nos vendeurs, nous souhaitons construire une relation plus durable et surtout nous rendre moins dépendants de Google."* Pour résumer : l'appli se présente comme un élément visant à favoriser le relationnel et mieux fidéliser la clientèle.

L'appli

Développée par Orchestra, l'appli est hébergée sur sa plateforme. C'est un travail qui a duré un an, mais qui aujourd'hui devient duplicable plus rapidement pour tous les acteurs du tourisme qui souhaitent proposer "le voyage à la carte".

Il faut, bien entendu, détenir un catalogue suffisant pour faire "vivre" le voyage à la carte. Si c'est le cas, tout devient extrêmement ludique. Par pays ou par destination, par circuit ou directement dessiné sur une carte, le voyage prend forme. Le point de départ est l'aéroport. Ensuite, à chaque étape, 3 propositions remontent au plus près des critères définis par le client. Lorsque le voyage est finalisé, il suffit d'indiquer la ville ainsi que la date de départ et la demande de cotation est envoyée au vendeur.