Michaël Batifort
directeur e-commerce - marketing
SI d'Heliades.

PERSONNALISER VOS VENTES

i-tourisme : Vous avez lancé HeliadesFlex pour permettre aux agences de mieux répondre aux demandes spécifiques de leur client. Comment cela se passe ?
Michaël Batifort : Mieux que prévu encore : nous avons déjà engrangé 60000 euros de CA en seulement quelques mois. Aujourd'hui nous avons 400 produits traditionnels disponibles à la réservation et 47 produits prépackagés. Sachant que la production va encore s'étoffer, la progression va se poursuivre.

i-tourisme : Comment s'est passé l'adoption, vous avez proposé des formations ?
[M.B.] : Cela n'a pas été utile, car les agences sont dans l'univers familier de notre BtoB. Il suffit d'aller sur une de nos productions comme elles ont l'habitude de le faire et ensuite de cliquer sur les paramètres désirés pour procéder aux changements.

i-tourisme : Avec quel temps de réponse ?
[M.B.] : C'est immédiat grâce au cache disponibilité/tarif.

i-tourisme : Quel est l'avantage utilisateur pour les agences ?
[M.B.] : L'agence peut faire son assemblage elle-même, c'est certain, mais cela reste très difficile si on raisonne d'une façon connectée et en temps réel. Pour définir l'itinéraire, c'est une tache élémentaire. Ça ne l'est pas en termes de prix et de disponibilités. Vous avez peu d'alternatives. Au mieux vous pouvez avoir recours à un système de panier qui ne vous garantit en rien la cohérence des produits entre eux. Notre technologie offre tous les avantages : une souplesse dans l'organisation des voyages et la réassurance d'avoir un seul interlocuteur unique et responsable en cas de problèmes avant, pendant et après départ.

i-tourisme : Vous n'êtes pas si nombreux sur le marché à proposer ce type de service. Pourquoi ?
[M.B.] : C'est très complexe. Ce n'est pas qu'un problème d'assemblage, c'est aussi une question de travail sur les prix et il faut avoir du stock.

i-tourisme : Et c'est votre cas ?
[M.B.] : Oui, pour vous donner une idée nous avons transporté en 2016 plus de 115 000 voyageurs.

i-tourisme : Vous parlez du travail sur les prix. Comment suivre un marché qui yield à tour de bras ?
[M.B.] : Justement, nous avons fait évoluer notre outil de production afin de travailler sur l'achat aérien et terrestre au plus juste. Nous avons recruté une personne pour cette mission. Cela permet d'ajuster l'offre à la demande client du moment.

i-tourisme : Et l'avenir ?
[M.B.] : Nous allons continuer à étendre la production, l'intégration des low cost, attaquer de nouvelles bed bank et faire appel à de nouveaux prestataires comme les loueurs de voitures, mais la location voiture vient de notre outil d'inventaire. Une autre étape consistera à revendre la production héliadeflex en indirect.

i-tourisme : Pour terminer, comment se porte globalement votre site BtoB ?
[M.B.] : Il représente désormais 20 à 30% de nos commandes.

i-tourisme : C'est beaucoup, comment l'expliquez-vous ?
[M.B.] : Nous nous sommes concentrés sur l'expérience utilisateur. C'est ce qui a conditionné le bon fonctionnement du site pro. Nous avons facilité, avant tout, la navigation de l'agent pour éviter toute déception dans sa recherche et dans le résultat. Ça a fonctionné.