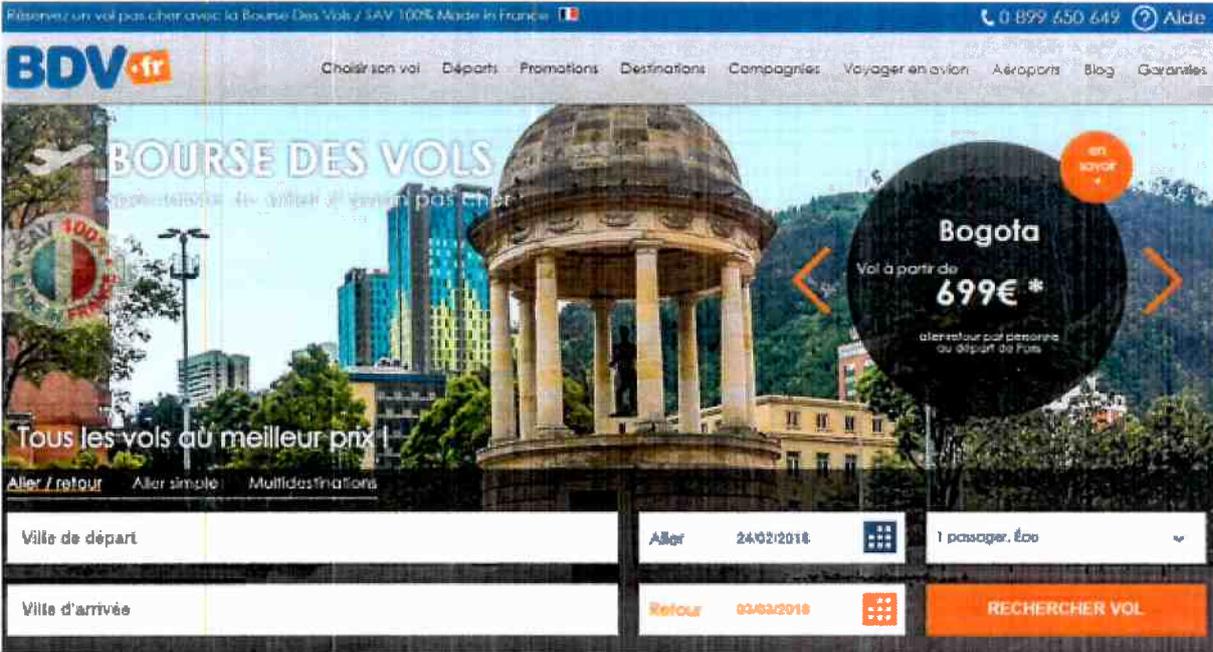


Bourse des vols : "Emailing, données clients... il va falloir s'adapter aux nouvelles règles"

l'interview de Fabrice Dariot, président fondateur de Bourse des Vols

TourMaG.com partenaire des BigBoss du Tourisme 2018 (5 et 6 avril 2018 à Cabourg) lance une série d'interviews auprès des dirigeants et directeurs e-commerce, digitaux et marketing du secteur du voyage pour mieux comprendre leurs préoccupations en matière de digital. Aujourd'hui le point avec Fabrice Dariot, président fondateur de Bourse des Vols.



The screenshot shows the homepage of Bourse des Vols. At the top, there is a navigation bar with the BDV.fr logo and various menu items like 'Choisir son vol', 'Départs', 'Promotions', 'Destinations', 'Compagnies', 'Voyager en avion', 'Aéroports', 'Blog', and 'Garanties'. The main banner features a large image of a classical building with a dome and columns, with the text 'BOURSE DES VOLS' and 'Tous les vols au meilleur prix !'. A prominent offer for Bogota is displayed, stating 'Vol à partir de 699€ *' for a round trip per person. Below the banner is a search form with fields for 'Ville de départ', 'Ville d'arrivée', 'Aller' (24/02/2018), and 'Retour' (03/03/2018). A 'RECHERCHER VOL' button is visible. At the bottom, there is a small text block stating that the website is the most exhaustive in the field of air transport.

Le site de Bourse des vols - DR Capture écran

TourMaG.com - Quelles sont les problématiques actuelles liées au digital ?

Fabrice Dariot : La réglementation devient de plus en plus contraignante : le Règlement général sur la protection des données (RGPD), la norme PCI DSS nous demandent de l'énergie, du temps et donc de l'argent pour nous adapter.

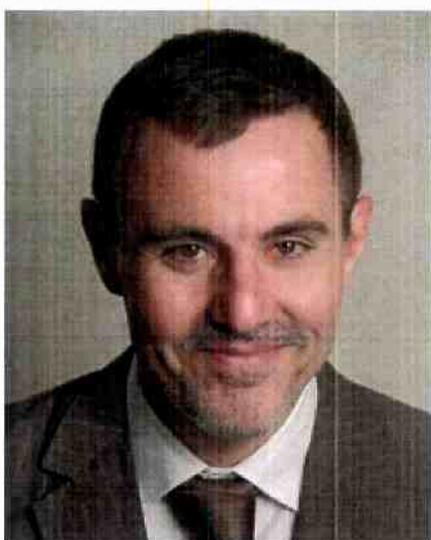
Autre problématique : les coûts d'acquisitions clients qui restent orientés à la hausse. Le poids de Google est toujours plus grand. Et même les investissements du type comparateurs sont *in fine* liés à Google.

TourMaG.com - Comment réduire alors sa Google dépendance ?

Fabrice Dariot : La méthode classique est de travailler sur plusieurs leviers. La pub off line à travers des campagnes tv, d'affichages ou radio en est un. Le référencement naturel reste aussi important.

Autres alternatives, nouer des partenariats en B2B ou plus classique travailler sur les newsletters en y intégrant les nouvelles règles du RGPD. Le cadre va être plus strict. Le moindre faux pas sera sanctionné.

Les routers et les hébergeurs vont être moins tolérants. L'emailing de masse a de moins en moins de résultats. Toutefois l'envoi de newsletter reste une bonne solution avec davantage de personnalisation.



Fabrice Dariot - DR

TourMaG.com - Quid de la publicité on-line ?

Fabrice Dariot : La publicité digitale est en pleine mouvance, elle ne cesse d'évoluer. Et il faut s'accrocher sérieusement pour comprendre comment acheter, à quel prix et pour quelle rentabilité. Il faut se tourner vers des experts du retargeting.

TourMaG.com - Quelle place tient le mobile dans la stratégie digitale de [Bourse des vols](#) ?

Fabrice Dariot : Le poids de la mobilité progresse. Le mobile sera le vecteur majoritaire voire exclusif dans les années à venir. Ce support permet davantage de sécurité et une meilleure maîtrise de la fraude mais cela n'est pas toujours perçu comme tel du côté du consommateur.

Chez Bourse des vols, 40% des consultations viennent du mobile. Cependant la part des ventes est bien inférieure. L'interface sur ordinateur reste plus confortable, notamment dans la vente de vols secs, pour laquelle un formulaire important est à remplir.

C'est un sujet sur lequel nous travaillons : rendre plus fluide l'expérience sur mobile fait partie de nos priorités.

TourMaG.com - Comment gérez-vous les réseaux sociaux et que vous apportent-ils ?

Fabrice Dariot : Notre positionnement sur les réseaux sociaux est plutôt orienté sur l'image que sur la rentabilité. Pour la vente de vols secs, le rôle des réseaux sociaux est concentré sur l'e-réputation. Il est important d'y être présent essentiellement pour gérer les avis clients et l'image de l'entreprise. Je ne sais pas réellement si on peut y conquérir des clients...

TourMaG.com - Quels sont les chantiers sur lesquels vous travaillez ?

Fabrice Dariot : Nous travaillons en permanence sur l'amélioration de notre algorithme qui brasse compagnies, horaires, routing afin d'obtenir le meilleur prix.

Les low cost nous ont beaucoup aidé avec des tarifs one way qui permettent de partir à l'aller avec une compagnie et au retour avec une autre et pas forcément du même aéroport.

TourMaG.com - Et les chatbots dont on parle beaucoup, est ce un sujet pour BDV.fr ?

Fabrice Dariot : 80% des demandes des voyageurs sont normalisés et tournent autour des mêmes préoccupations. Le chatbot permettrait de concentrer rapidement les réponses vers une résolution rapide des problèmes. C'est une piste à explorer.

Et plus largement l'intelligence artificielle pourrait arriver dans nos métiers et être une couche entre nous, les OTA, et les clients. Par exemple sur les dates de départ, parfois nous aimerions en savoir davantage sur nos clients : est ce que les dates sont flexibles ou non, idem pour l'aéroport d'arrivée...

L'IA pourrait nous permettre de connaître la priorité des clients : le prix, les dates et le lieu de destination...