



Média: Journal

Jour de parution: 01 mars 2012

Tirage: 2'854



CÉDRIC DISERENS À PROPOS
DES PORTAILS D'OFFRES

LES VENTES ÉCLAIRS SONT SUR LA TOILE



C'est aujourd'hui connu, notre mode de vie s'accélère et tout doit aller vite. Dans la consommation, cela s'illustre également par l'achat compulsif, un trouble pas forcément obsessionnel qui se manifeste auprès du consommateur internaute. Le principe est simple: plus besoin de se rendre physiquement dans un commerce. Sur l'écran, les produits défilent et il suffit de quelques clics pour réaliser une bonne affaire. Musique, vêtements, voyages... tout y passe.

Aujourd'hui, c'est autour des ventes éclairs de s'approprier le monde de la toile. Les sites se font de plus en plus nombreux: Eboutic, Dein Deal, Fashion Friends, Groupon, Qoqa, etc. Face au succès grandissant, la palette des produits proposés s'est logiquement étoffée, jusqu'à y accueillir des offres de voyages. Ces nouvelles offres diffèrent du Last Minute en ce sens qu'elles nécessitent pour le client de se décider dans un court laps de temps. En revanche, ces offres vont directement à la rencontre du client via la boîte de son courriel.

Du côté des fournisseurs, les voyagistes sont partagés, même s'ils semblent passablement y trouver leur compte, quitte à ne

voir ce canal qu'en tant que vitrine de l'Internet et moyen de toucher un nombre sans cesse grandissant de consommateurs potentiels. Si le produit ne se vend pas, il n'y a en principe pas de coût. Et pour certains, accorder un rabais suffisamment bas n'est pas aussi dommageable que l'on veut bien le dire. Il ne reste qu'à espérer que le client ne s'habitue pas à prendre pour acquis un prix exceptionnellement bas.

Tous n'y trouvent cependant pas un modèle intéressant, à l'instar de Swiss ou d'Helvetic Airways. Si la première considère que la stratégie publicitaire en place suffit amplement, la seconde opte pour la formule d'un bon d'achat plutôt que d'un billet. Car comme cela a été remarqué: vendre un siège à un prix déraisonnablement bas risque, outre de faire perdre de l'argent à la compagnie, de léser le client fidèle qui a payé sa place au prix fort. Mais n'est pas quelque chose de déjà vu aujourd'hui?

Quoi qu'il en soit, il faut à présent composer avec ces plateformes. Et cela ne risque pas de s'arrêter. En janvier de cette année, Eboutic.ch donnait naissance à Etravel.ch, le premier site de ventes privées de voyages et loisirs. Hôtels, vols secs, forfaits, l'offre ne demande qu'à grandir. Les offres sont exclusives et réservées aux membres inscrits sur le site. Avec la promesse de réductions allant jusqu'à 70%, une garantie de qualité des prestations et une hotline gratuite, nul doute que la formule devrait vite trouver son public. Reste à savoir si la formule saura trouver un public qui lui assure une certaine longévité.