

Tourisme et mobile: Opportunités et Best Practices

Chiffres-clés

Le mobile en quelques chiffres

» 54 millions de terminaux en France

- 100% sont compatibles SMS
- 57% sont compatibles MMS
- 58% ont accès à l'Internet mobile

Source : ARCEP Décembre 2007

» Les français possesseurs de mobile âgés de 15-50 ans ont utilisé au moins une fois

- 94% les SMS ou MMS interpersonnels
- 25% les services SMS/MMS fournis par les entreprises
- 25% l'Internet mobile
- 6% ont déjà fait un achat au moins 1 fois à partir de leur mobile (11% par CB et 85% en étant débité via la facture de l'opérateur)

Source : Étude Ipsos AFMM Janvier 2008

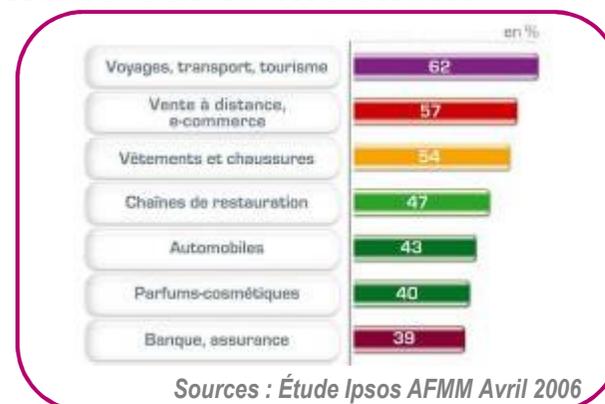
» Les français possesseurs de mobile ont utilisé leur mobile pour

- 53% prendre des photos
- 27% filmer/faire des vidéos

Source : Observatoire sociétal du téléphone mobile AFOM 27 / TNS Sofres

Le Tourisme, un secteur et des services attendus sur le mobile...

» **Secteur n° 1 pour lequel les mobinautes souhaiteraient retrouver des marques**



» **41% des mobinautes 15-50 ans connaissent au moins un service mobile lié au tourisme.**

» **Parmi eux, 51% se disent intéressés par un service lié au tourisme**

- 24% pour réserver ou pré réserver un séjour
- 25% pour un service de pré réservation
- 34% pour un service lié à la réception d'alertes (type confirmation d'option de réservation, de vol ou de paiement...)
- 36% pour consulter des informations sur une destination/un lieu, un évènement
NB : intérêt encore plus marqué sur les populations CSP+ vivant en Ile de France

» **Parmi eux, 20% ont utilisé au moins une fois un service lié au tourisme**

- La consultation d'informations sur une destination/un lieu, un évènement étant le service le plus consulté

Source : Étude Ipsos AFMM Janvier 2008 - Base mobinautes 6 derniers mois

Mobile et tourisme : similitudes

Nomade

- *On l'a toujours avec soi*
- **Disponible/ Connecté** : un media qu'on coupe rarement

Sur mesure

- **Unique/ personnel**
- **Intime** : un media qui permet une relation personnelle privilégiée et directe – On ne le prête pas

Ludique

- **Loisirs / à usage personnel** vs professionnel
- **Multimédia à usages multiples** : communication, musique, vidéo, photos...

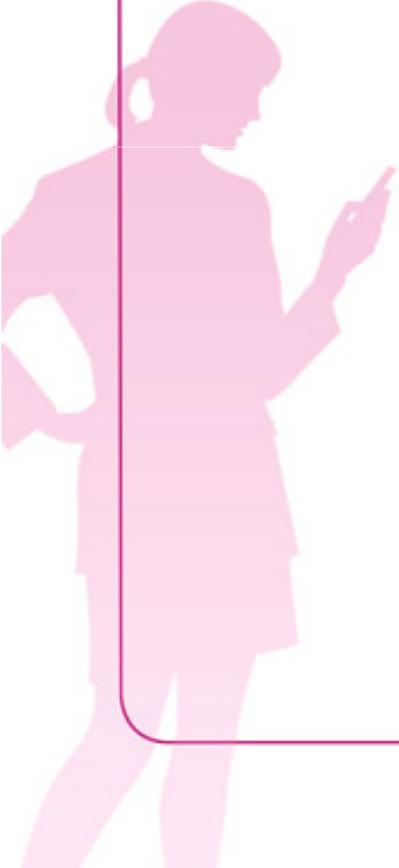
Immédiat

- **(Toujours) disponible/ Connecté**
- **Propice au choix** coup de cœur / dernière minute

Évasion

- **Utilisation lors de moments d'attente forcée** (dans les transports, salle d'attente...)





**Une solution mobile
pour chaque problématique**

Problématiques

>> Informer

- Accroître votre notoriété
- Faire connaître et faciliter l'accès à vos sites touristiques
- Donner des infos pratiques

- **Initier une relation par le mobile**

- **Proposer un site mobile qui inclut la géolocalisation**

>> Vendre

- Déstocker vos billets/nuitées...
- Écouler vos early birds
- Augmenter le taux de transformation des options

- **Alerter vos clients par SMS pour qu'ils réservent sur leur mobile**
- **Envoyer un SMS avant la fin de l'option**

>> Fidéliser

- Améliorer la satisfaction client
- Faire du CRM

- **Envoyer des infos personnalisées**
- **Envoyer une offre commerciale avec commande en ligne sur votre site mobile**

Solutions

Informers : le cas VUELING

- » **Objectif:** Se faire connaître – accroître sa notoriété
- » **Moyen:** Proposer un jeu événementiel via MMS+
- » **Le +:** Récupérer une base optimisée de clients qualifiés pour faire des campagnes de Marketing Direct



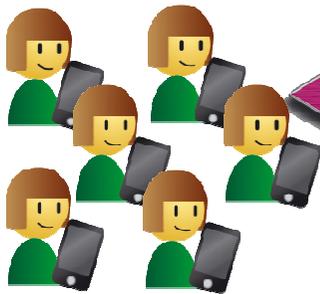
Se prendre en photo



Envoyer un MMS+



Affichage sur mini site événementiel



Création d'une BDD qualifiée et optimisée



Réception du SMS de confirmation



Accroître sa notoriété

Informers : le cas Drôme Tourisme

» Objectif:

- Informer les touristes et leur faciliter l'accès aux sites touristiques, hôtels, restaurants...

» Moyen:

- Site Internet Mobile permettant la géolocalisation de l'utilisateur pour lui donner toutes les informations sur les sites se trouvant à proximité

» Le +:

- Intégrer de la publicité qui couvrirait les frais de développement du site et qui ferait la promotion des partenaires régionaux



Donner des infos pratiques

Vendre : le cas voyages-sncf.com



>> Objectifs:

- Développer un canal de vente complémentaire
- Capitaliser sur les briques web
- Avoir une image de modernité

>> Moyen:

- Mise en place d'un site mobile qui permet de:
 - ✓ Consulter les horaires des trains
 - ✓ Réserver et acheter ses billets de train sur 112 destinations
 - ✓ Bénéficier des meilleures promos
 - ✓ Bénéficier des principaux avantages de l'Espace Client internet

>> Les +:

- La possibilité de payer par CB
- Services d'Alerte SMS pour les promotions, les ouvertures à la réservation, et la durée de vie des options

Déstocker et écouler

Vendre : le cas voyages-sncf.com

The screenshot shows the 'Le mode de retrait et vos coordonnées' page on the voyages-sncf.com website. It details a round trip from Paris to Marseille for 2 passengers, priced at 351,40 €. The return date is 11/03. Below the travel details, there are options for receiving alerts. The 'Recevoir mes Alertes par SMS' option is circled in red, and a pink arrow points to a mobile phone displaying the following SMS message:

3XXXX
Voyage-sncf.com – Ref dossier SRUBLY
PARIS-MARSEI Aller 09/03 14H15-17h31 retour 11/03 15h58-19h11 A confirmer av 14/03 14h16
<http://mobi.voyage-sncf.com>

Options Retour
FAVORIS MENU

Push SMS

» Objectifs:

- Diminuer le nombre d'options et de pré réservations qui ne sont pas transformées

» Moyen:

- L'utilisateur entre son numéro de téléphone et reçoit un SMS juste avant la fin de l'option

» Le +:

- Rediriger vers le site Internet mobile pour commander directement

Augmenter le taux de transformation

» Exemple fictif



Client

GALLERY >>



» Objectifs:

- Apporter un service à valeur ajoutée aux utilisateurs
- Augmenter la satisfaction client

» Moyen:

- L'utilisateur remplit un formulaire d'inscription avec les options qu'il attend et reçoit un SMS surtaxé dès qu'une offre correspond à sa demande

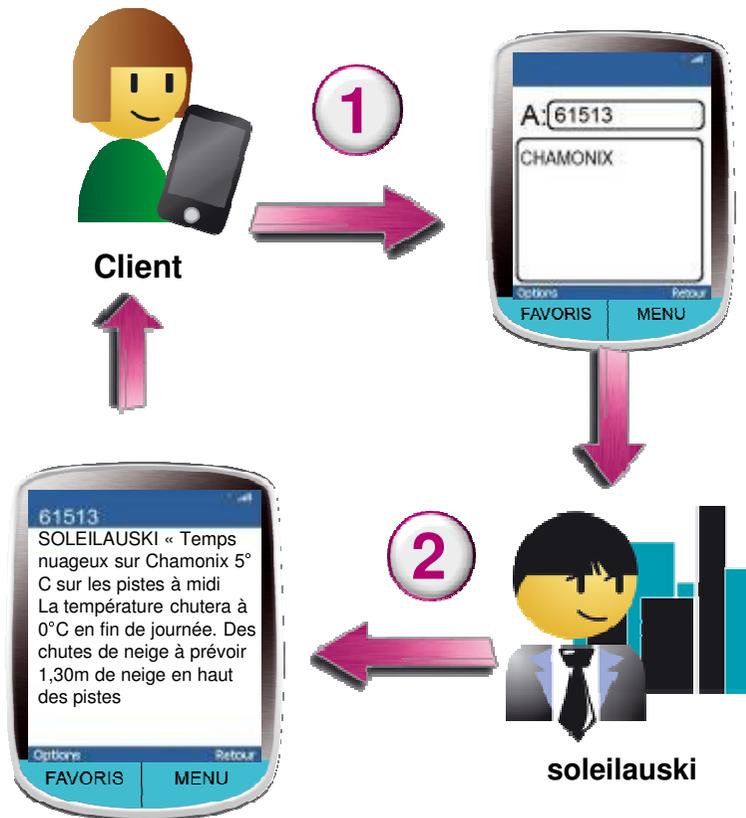
» Le +:

- La possibilité de s'inscrire via le web, le site internet mobile et par SMS

Améliorer la satisfaction client

Fidéliser : le cas Soleilauski

» Exemple de « météo des neiges »



Le service permet de connaître facilement la météo et l'enneigement dans la station où vous vous trouvez

» Objectif:

- Proposer un service à valeur ajoutée au client

» Moyen:

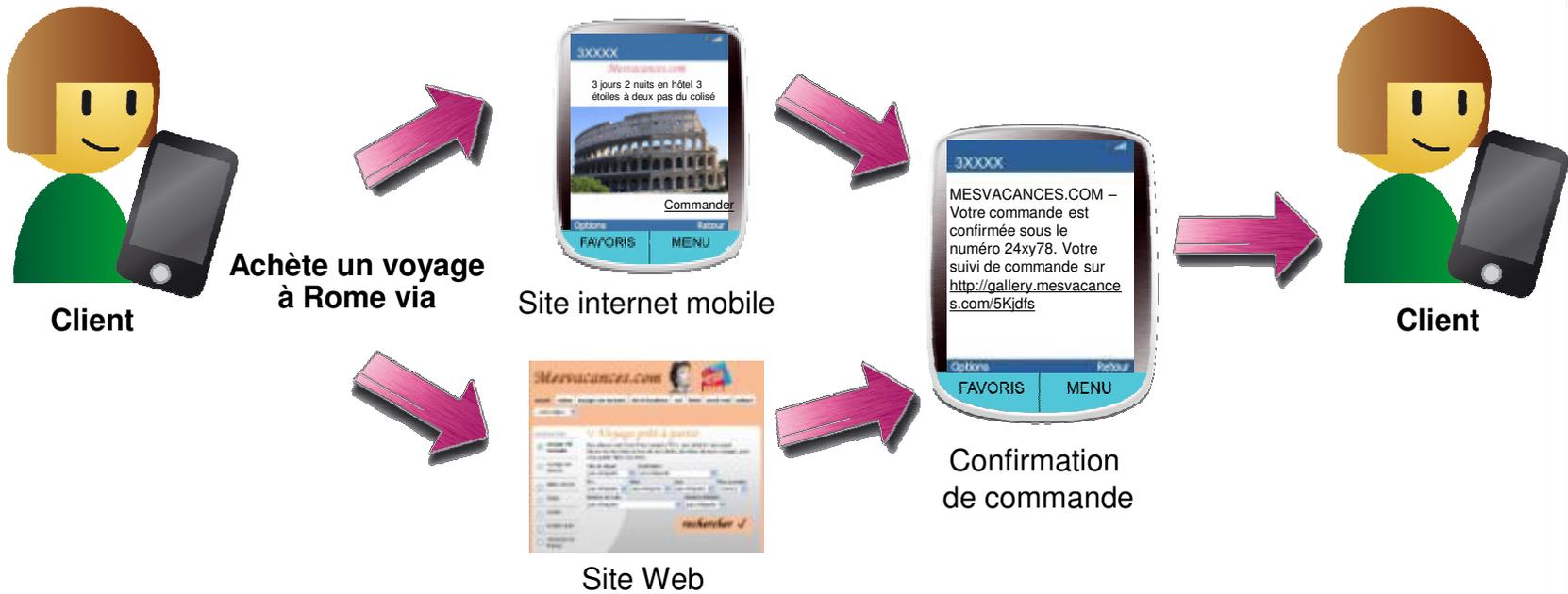
- L'utilisateur envoie un mot clé correspondant au service qu'il attend à un numéro court et reçoit directement l'information sur son téléphone

» Le +:

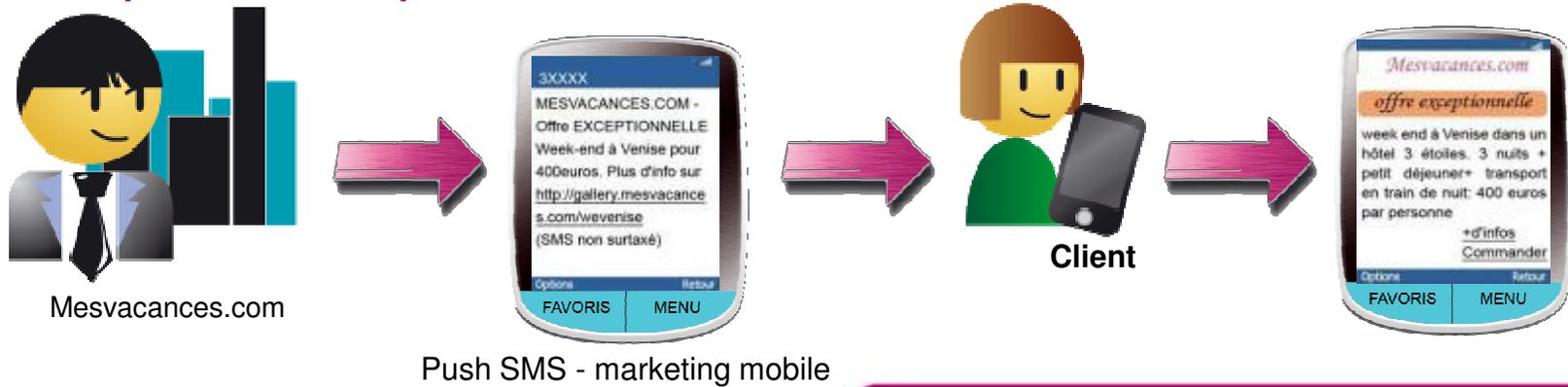
- La possibilité de faire de l'auto-promotion et de relancer le client

Améliorer la satisfaction client

Fidéliser



Quelques semaines après:



Faire du CRM

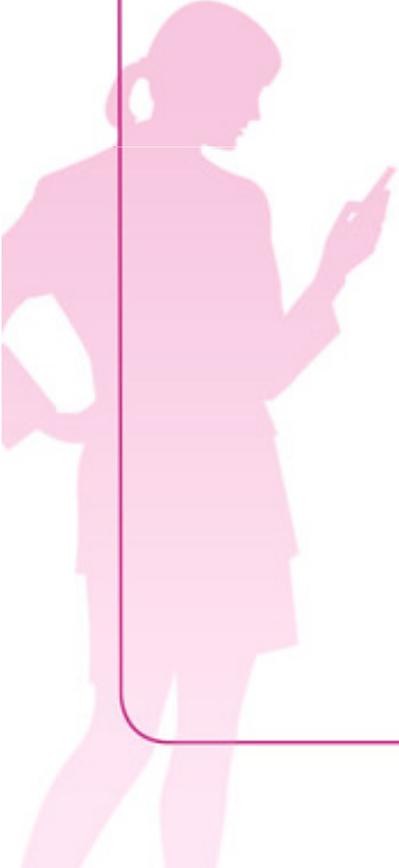
Conclusion

Être présent sur le multimédia mobile c'est:

- Un potentiel de 54 millions de contacts pour vos actions marketing sur SMS et MMS
- Toucher vos contacts qualifiés à tout moment
- La possibilité de communiquer aussi auprès des personnes qui n'ont pas accès à Internet
- Développer un canal de vente supplémentaire
- Avoir une image de modernité

Ils ont fait le choix du multimédia mobile:





Les solutions mobiles multi opérateurs

» Une diversité de canaux et de mécaniques au service des objectifs marketing de l'entreprise

Solutions SMS/MMS

Un potentiel de 54 millions de contacts pour vos actions marketing

-  SMS+ /  MMS+
-  SMS+ /  MMS+ MT Premium
- SMS / MMS Push

Solution Internet mobile

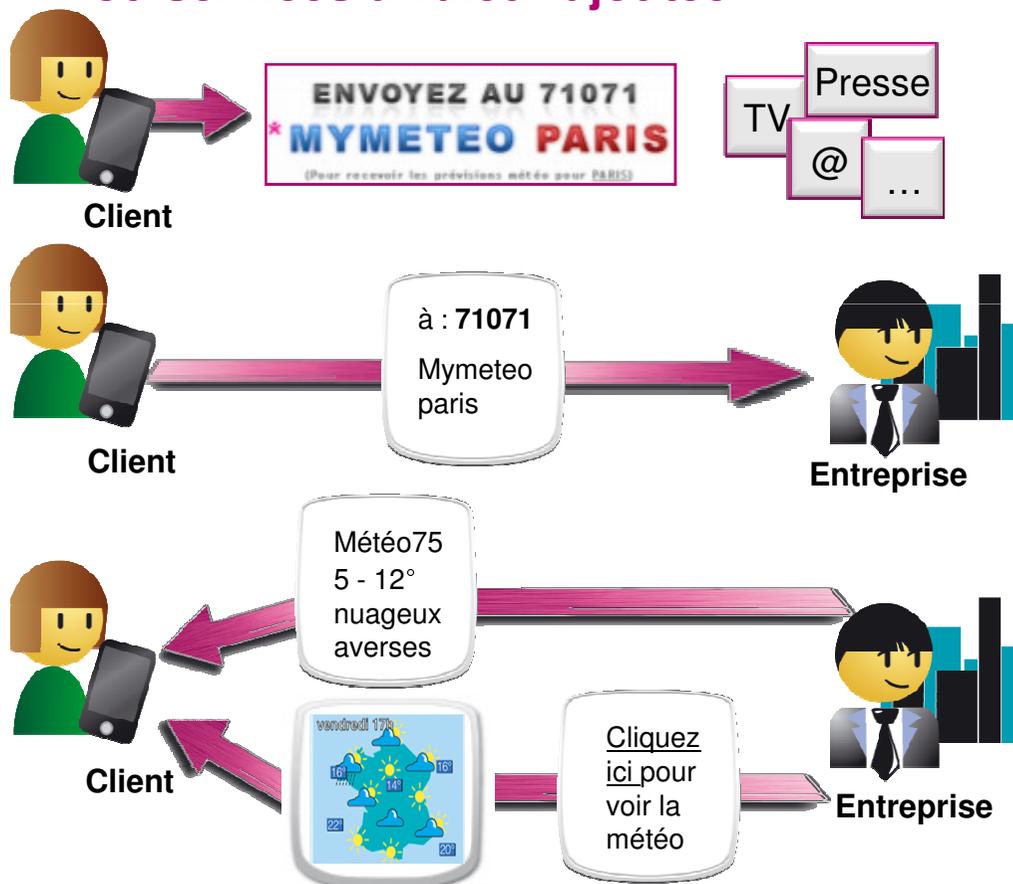
Pour développer, promouvoir et faciliter l'accès à votre site Internet mobile

GALLERY >>

Solutions SMS/MMS

» **SMS+** / **MMS+** - Principe

Initier une relation en diffusant de façon immédiate des contenus ou services à valeur ajoutée



1

Le client est soumis à une communication qui lui propose du contenu accessible par SMS ou MMS

2

Le client commande ce contenu en envoyant un SMS/MMS au n°relayé dans la communication

3

L'entreprise envoie en retour un SMS/MMS contenant :

✓ Le contenu commandé

OU

✓ Un lien cliquable vers un site/une page Internet mobile où pourra être récupéré le contenu demandé

» / - *Avantages*

» **Pour l'entreprise**

- Une communication simple via un seul n° court
- La possibilité de choisir le prix de diffusion de son contenu/service parmi une large gamme de paliers tarifaires (de gratuit à 4,50€)

» **Pour le client final**

- La possibilité d'accéder à un contenu ou service immédiatement
- Un numéro court facile à retenir (5 chiffres)
- Une facturation simple et sécurisée (achats débités sur sa facture mobile)
- La garantie de l'anonymat dans les échanges SMS

Exemples d'usages SMS+/MMS+ :

- **Commande et livraison de contenus** : sonneries, logos, astro; téléchargement de jeux (java) ou de vidéos
- **Recherche d'informations** : annonces : emploi, logement, rencontres; informations pratiques : météo, banques ...
- **Interactions média** (TV, radio) : participation à des jeux ou à des quizz; télévoting...
- **Chat et mise en relation** : création de communautés d'utilisateurs ; discussions et jeux entre utilisateurs inscrits....

Solutions SMS/MMS

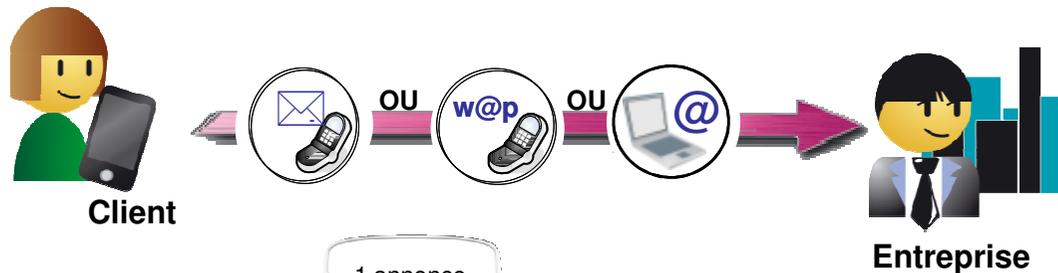
» **SMS+** / **MMS+** MT Premium - *Principe*

Entretenir une relation durable en offrant des contenus/services personnalisés



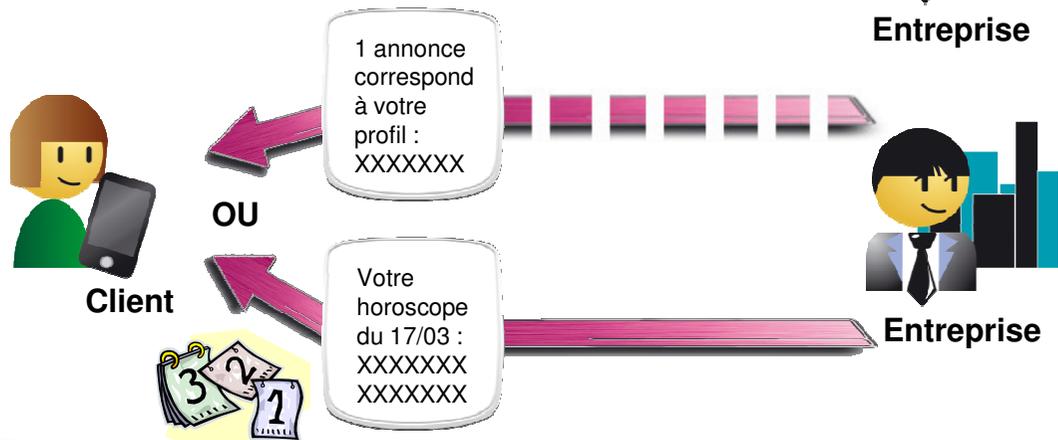
1

Le client est soumis à une communication qui lui propose de s'abonner à un service pour recevoir par SMS ou MMS des contenus récurrents ou des alertes



2

Le client s'abonne à ce service par SMS, Internet mobile ou web



3

Il reçoit des alertes en mode aléatoire (actualité, annonce, résultat sportif, bourse...)

OU

des contenus en mode récurrent pendant la durée de son abonnement (horoscope, météo, trafic ...)

» / MT Premium - *Principe*

» Pour l'entreprise

- L'allongement de la durée de la relation utilisateur/entreprise (fidélisation)
- La possibilité de facturer l'utilisateur (de 0,10€ à 3€) à chaque livraison de service
- Une meilleure rentabilisation des investissements publicitaires

» Pour le client final

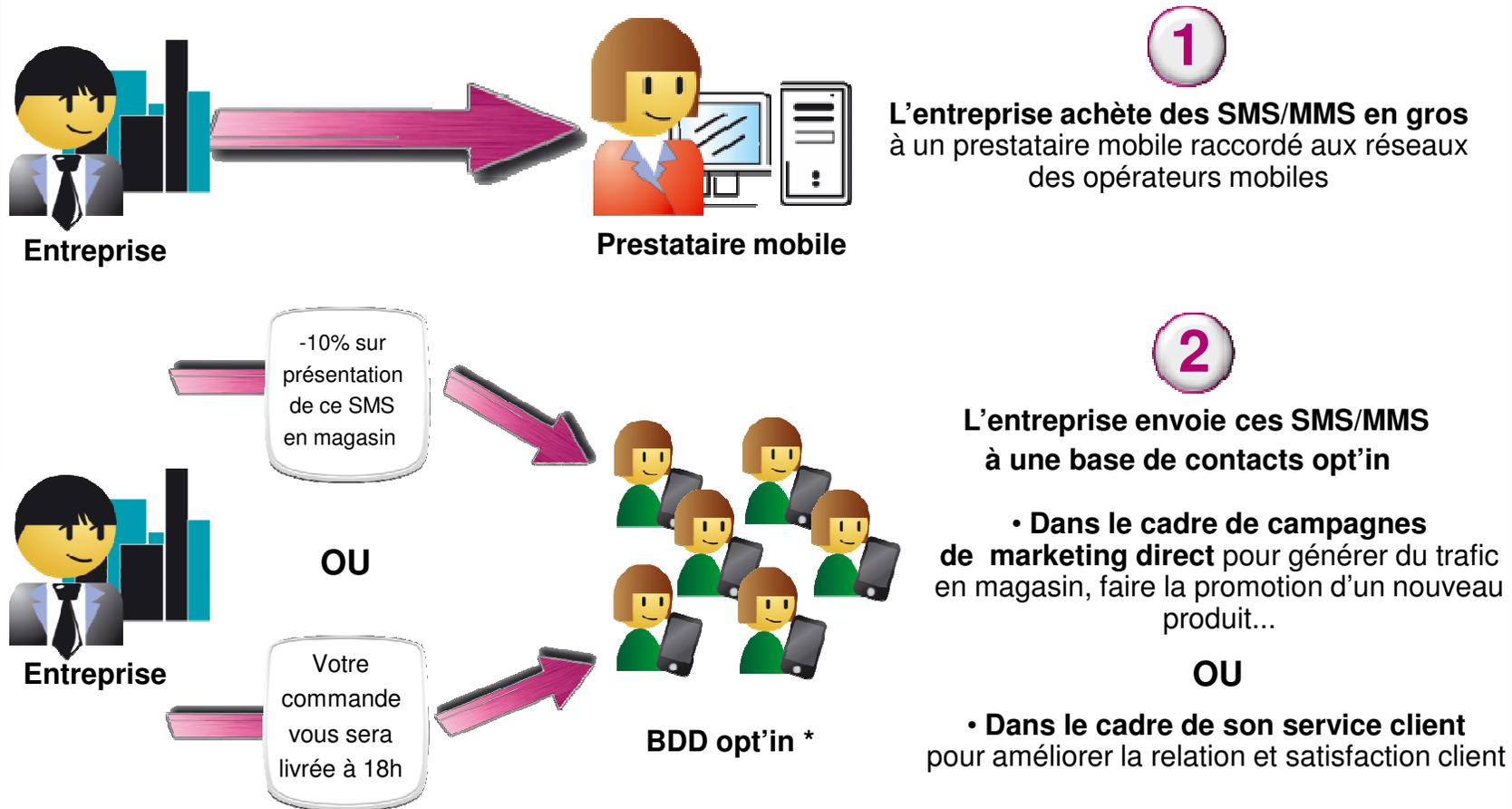
- La possibilité de recevoir automatiquement une information personnalisée directement sur son mobile, de façon régulière ou aléatoire
- La garantie de ne payer que le contenu effectivement reçu (facturation du SMS/MMS à la réception)
- La possibilité de se désabonner très simplement

Exemples d'usages MT premium :

- **Mode récurrent:** envois réguliers de contenus type météo, horoscope, trafic d'un itinéraire prédéterminé, recettes
- **Mode aléatoire :** alertes résultats sportifs, embouteillage, découvert, pic boursiers, élections...

» SMS/MMS Push - Principe

Recruter de nouveaux clients ou entretenir une relation avec ses clients existants en communiquant différemment



*constituée par l'entreprise ou louée

» SMS/MMS Push - *Avantages*

» Pour l'entreprise

- La possibilité de communiquer différemment auprès de ses clients en les touchant via un média plus personnel
- L'occasion d'améliorer et optimiser sa relation client
- L'opportunité de recruter de nouveaux clients (en louant des bases de contacts mobiles)

» Pour le client final

- La possibilité de recevoir de l'information ou des offres personnalisées au moment opportun
- Une meilleure qualité dans ses relations avec l'entreprise (service client)

12%

= **taux de retour moyen des campagnes sur mobile**

(Source Mercatel 2006)

VS

7% e-mailing

2% mailing papier

Exemples d'usages SMS/MMS Push:

- **Marketing direct** : coupons de réductions, promotions, invitations, offres d'essai...
- **Service clients** : alerte disponibilité produit , alerte livraison, récapitulatif de commande...

» Une diversité de canal et des mécaniques au service des objectifs marketing de l'entreprise

Solution SMS/MMS

Un potentiel de 54 millions de contacts pour vos actions marketing

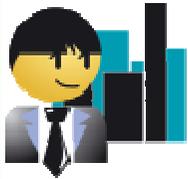
-  / 
-  /  MT Premium
- SMS/ MMS Push

Solution Internet mobile

Pour développer, promouvoir et faciliter l'accès à votre site Internet mobile

GALLERY >>

>> **GALLERY >>** - la solution Internet mobile multi-opérateurs



Pour les entreprises

Permet d'accéder à des outils et fonctionnalités :

- Pour développer son site dans les meilleures conditions
- Le rendre facilement accessible
- Le rendre visible/en faire la promotion



Pour les utilisateurs

Offre une expérience mobile optimale via :

- Un large choix de sites spécifiquement conçus pour leur mobile
- Des accès faciles à ces sites
- La garantie du respect du consommateur (charte de déontologie Gallery)



38 millions de mobiles compatibles¹
1 700 sites référencés¹
400 entreprises éditrices¹
2 millions de visiteurs uniques/ mois¹
71% des mobinautes connaissent Gallery²

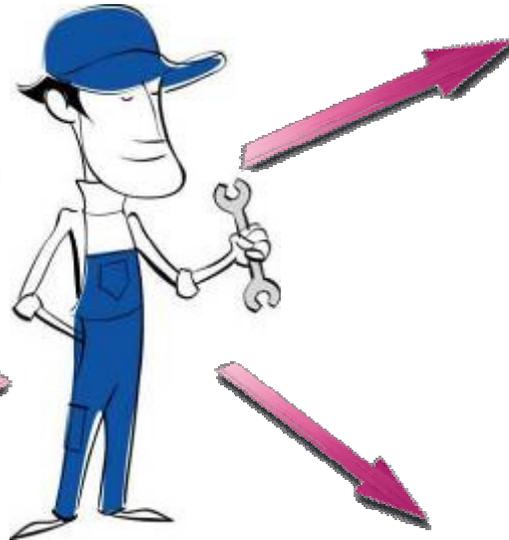
(1) données AFMM - janvier 2008
(2) étude Ipsos/AFMM - février 2008

» **GALLERY** » - Pour développer votre site Internet mobile

Des fonctionnalités spécifiques non disponibles en dehors de Gallery et des portails opérateurs pour développer votre site mobile dans les meilleures conditions

● **Identification de l'utilisateur**, afin de pouvoir le reconnaître au cours de ses différentes visites (CRM)

● **Relance par SMS** pour développer du cross selling, des services d'alerte depuis votre site mobile...



● **Géolocalisation** qui permet de localiser l'utilisateur avec son consentement

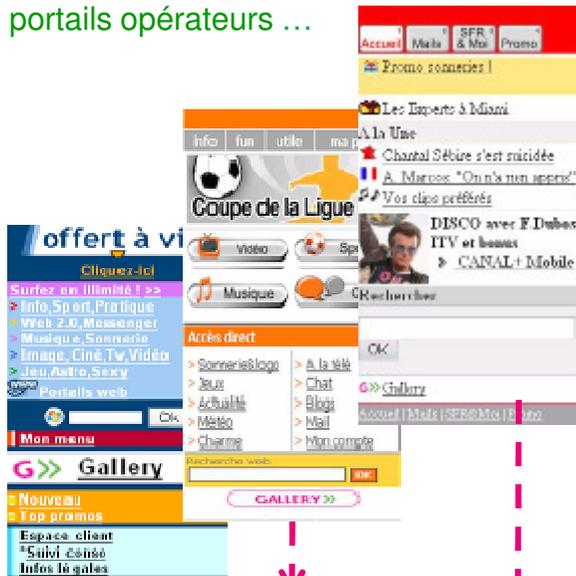
● La possibilité de proposer à vos clients de payer **vos contenus ou services directement** depuis leur mobile (via leur facture mobile)

Solution Internet mobile

» **GALLERY** » - Pour promouvoir et faciliter l'accès à votre site

● Accès Internet mobile > Référencement automatique

Dans les moteurs de recherche des portails opérateurs ...



...et dans le moteur de recherche Gallery



● Accès SMS

Vos clients peuvent recevoir le lien de votre site mobile par SMS* en envoyant un mot clé par SMS au 30130



● Accès Internet fixe

Vos clients peuvent recevoir le lien de votre site mobile par SMS* en saisissant leur n° de mobile sur votre site web

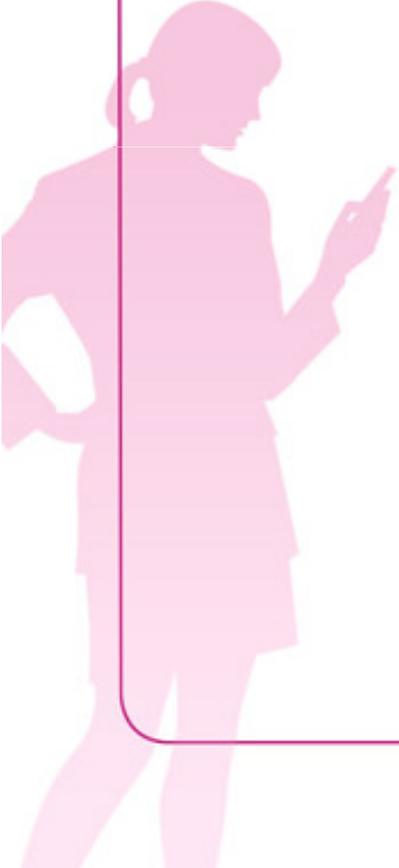


● Accès Internet mobile > Publicité

Achat d'espace possible sur les sites Gallery et les portails opérateurs : bannières, liens, vidéos



* SMS gratuits pour l'entreprise



Informations utiles



» Informez-vous sur le Marketing Mobile

- Téléchargement gratuit du Guide du Marketing Mobile sur www.pro.gallery.fr

» Faites-vous accompagner par un professionnel du marketing mobile

- Liste des prestataires SMS/MMS disponible sur www.smsplus.org
- Liste des prestataires Gallery disponible sur www.pro.gallery.fr

» Lancez-vous !

- Réservation de numéros SMS/MMS sur www.smsplus.org
- Réservation des codes de service Gallery sur www.pro.gallery.fr
- Information sur les offres mobiles opérateurs :



Bouygues Telecom
Tél : 01 39 26 77 55 ou 01 41 09 58 24
E-mail : leskiosques@bouyguetelecom.fr
leskiosques.bouyguetelecom.fr



Orange France
Tél : 01 55 22 17 06
E-mail : orangekiosque@orange-ftgroup.com
www.orangekiosque.com



SFR
Tél : 01 71 07 65 34
E-mail : infos.commerciales.wholesale@fr.sfr.com
Web : www.via.sfr.fr