

notify 

focus travel

Enjeux de transformation durable, contexte exigeant, attentes consommateurs contrastées : des leviers d'innovation pour le secteur.

KEYFACTS,
USE-CASES
& SOLUTIONS



sommaire

01 **les tendances**
focus sur quelques trends de consommation, et l'émergence du concept de contactabilité

02 **les partis-pris**
pour conserver les performances et la qualité de l'expérience clients

03 **use case visibilité**
contactabilité et amélioration de l'engagement clients : résultats avec le cas Tui

04 **use case interaction**
contactabilité et réactivation des inactifs pour éviter l'acquisition compensatoire : le cas Cruiseline

05 **use case évolution de base de données**
L'impact sur les segments et le Capital Clients : l'exemple de PromoVacances

06 **insights exclusifs**
quelques données quali quanti propriétaires sur le secteur

01

tendances

Après les mutations post-pandémiques et celles du «renvenge travel», des évolutions récentes en termes de modalités de voyage et de réservation transforment à nouveau le secteur.

TENDANCE #1

Le ralentitourisme

Néologisme qui, comme vous le devinez, réfère à cette tendance qu'on observe depuis quelques années et qui amène à ralentir la cadence dans un monde où tout va très (trop) vite.

On cherche ainsi à prendre le temps de découvrir un lieu, et de vivre au rythme des gens locaux en visant à s'imprégner de la culture locale. Plusieurs destinations travaillent déjà à faire la promotion de ce type de tourisme. Pensons notamment aux circuits à vélos, aux marchés de saveurs ou aux tournées de vignobles, etc...

TENDANCE #2

Tourisme de Santé et de Bien-être

Le bien-être est une composante essentielle du tourisme en 2024. Les séjours axés sur le yoga, la méditation, la nutrition et le fitness se multiplient, répondant à une demande croissante pour des expériences qui favorisent la santé physique et mentale.

Les centres de santé holistique combinant approches traditionnelles et alternatives deviennent des destinations prisées

TENDANCE #3

Flexibilité et Personnalisation

La flexibilité dans les réservations et les offres personnalisées devient la norme. Les séjours hybrides combinant travail et loisirs se développent, répondant aux besoins des télétravailleurs qui recherchent des environnements propices à la fois à la productivité et à la détente.

Les acteurs touristiques adaptent leurs services pour offrir des expériences sur mesure, en utilisant des technologies sans contact pour améliorer l'efficacité et la sécurité.



TENDANCE #4

le «price driven travel»
comme enjeu CRM

et toujours
un cycle de vente
très long...

+66%

des Français
adoptent une
logique de tarifs
pour voyager...

29%

...de repeat achat chez le
même commerçant, en
baisse VS 2022. Les clients
multiplient les
sites de réservation.

40
JOURS

INSPIRATION

39
JOURS

RECHERCHES
& PLANIFICATION

73
JOURS

AVANT LE
VOYAGE

**le besoin de rester en dialogue avec les
clients est donc crucial dans le temps,
en soignant l'omnicanalité et la contactabilité .**

02

les partis-pris pour enrichir et préserver la contactabilité clients travel

la data

compléter les données personnelles avec les données comportementales et contextuelles pour enrichir la connaissance des appétences clients.

la visibilité

intégrer l'IA dans les opérations CRM pour activer au bon moment pour chaque individu et favoriser la perception de la marque.

l'omnicanalité

s'engager dans une diversité de canaux pour assurer le meilleur parcours clients et le maximum de points de contacts.

l'interaction

repartir en dialogue avec intelligence avec les clients actifs, et capitaliser la base de données clients en réveillant les inactifs.



03

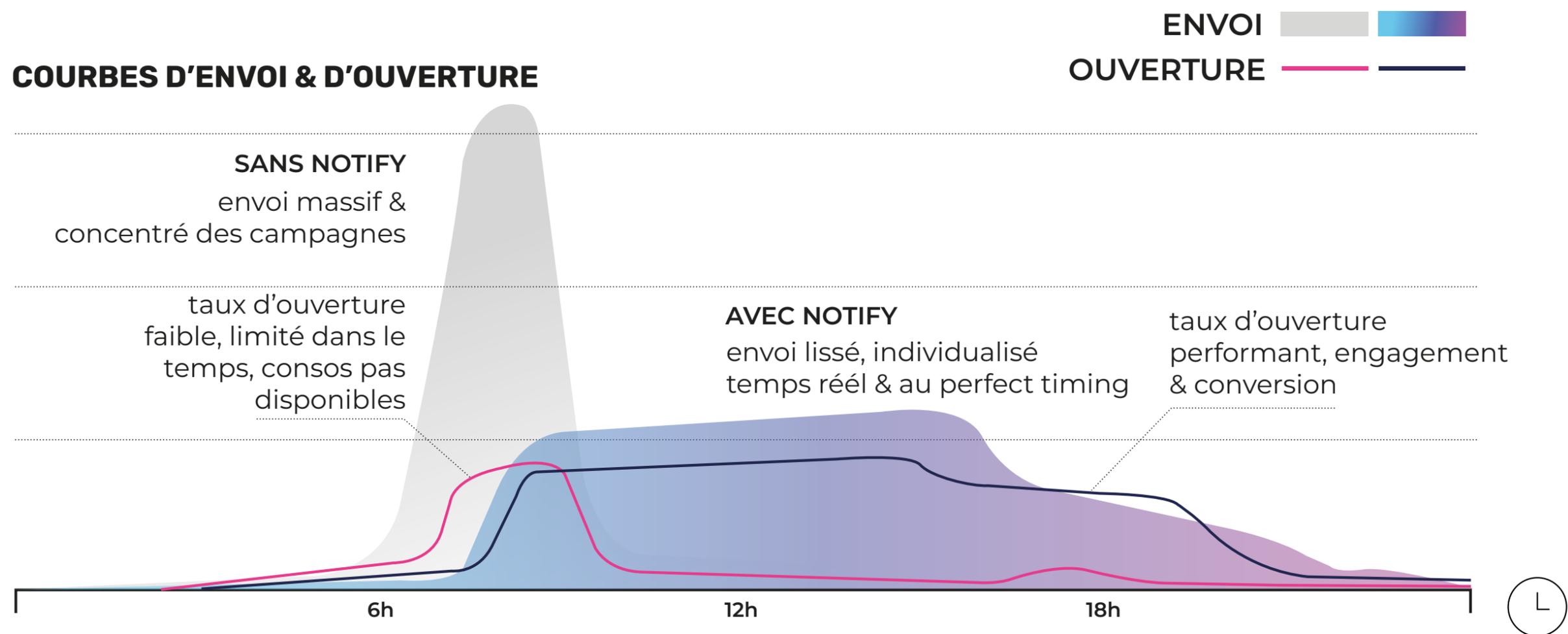
la visibilité

l'IA Notify active chaque message au bon moment & sur le bon canal : c'est le perfect timing® omnicanal.

L'**individualisation de l'envoi de chaque message** en tenant compte de la vraie disponibilité des clients favorise la **délivrabilité et la visibilité** des campagnes, et l'**engagement** des consommateurs.

ianactivate ☀️

l'IA Notify lisse l'envoi des messages pour de meilleures performances



la visibilité

**Les résultats du perfect timing®
avec le use-case Tui**

+34%

**engagement par
le clic, population
agence.**

VS la population témoin

+49%

**engagement par
le clic, population
web.**

VS la population témoin



04

l'interaction

Activer les clients dormants au perfect timing® facilite le retour en dialogue et sert la croissance de base contactable.

50 % des bases de données clients sont des clients **inactifs**.
20 % de churn annuel lié aux durées de conservation RGPD.

L'individualisation du timing d'envoi par l'IA réveille les clients inactifs et évite la course à l'acquisition.

ianactivate 

l'interaction

Les performances de réactivation avec le use-case Cruiseline

24%

**taux de
réactivation**

à l'ouverture en 5 mois

0,1€

**coût à l'adresse
réactivée**

44%

**croissance de
base active**

05

l'évolution de la base de données

3 sources de valeur ajoutée par le timing de contactabilité clients dans le secteur Travel :

optimisation

satisfaction

capital clients

identification des opportunités

délivrabilité et synchronicité des messages

maintien du dialogue

expérience utilisateur adaptée

diversification de la communication (content + canaux)

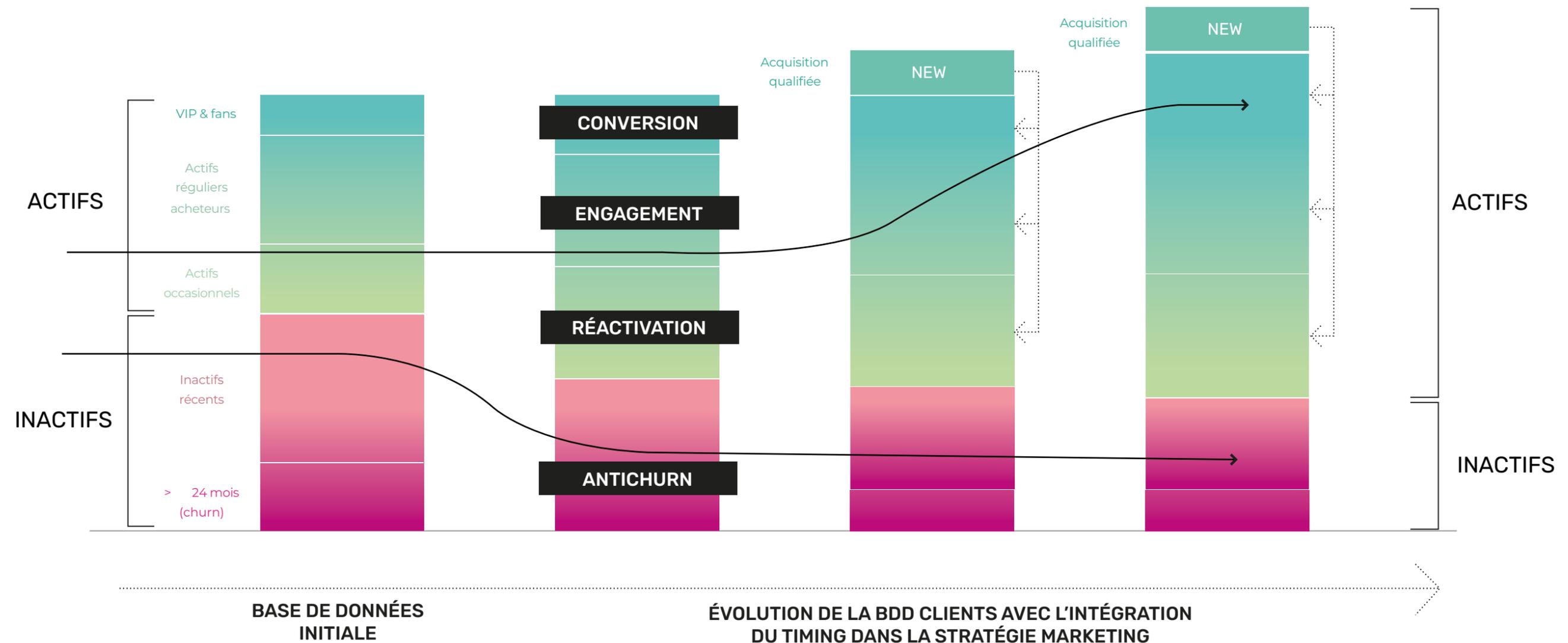
engagement et symétrie des attentions

dynamisme de la base clients active

qualification des audiences

développement des image de marque & réputation

L'IA Notify développe la contactabilité et le Capital Clients avec le perfect timing :



l'évolution de la base de données

Les résultats du perfect timing®
avec le use-case PromoVacances

RÉACTIVATION 

2023 31%

INACTIFS JANV 23 : 26%

INACTIFS DEC 23 : 9%

ACTIFS JANVIER 23 : 74%

ACTIFS DEC 23 : 91 %

FIDÉLISATION 

2023 76%

2024 87%

CHURN 

2023 28%

2024 7%

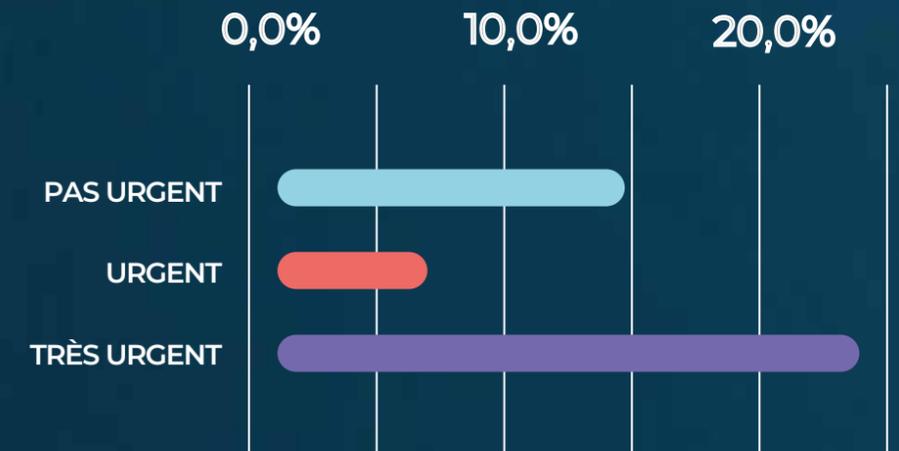
06

(re)découvrez les insights CRM des enquêtes et études de Notify

travel



LE NIVEAU D'URGENCE DANS LES OBJETS, TITRES, OFFRES



Extrait d'une étude réalisée par Notify se concentre sur l'analyse des données d'activation CRM par les marques Travel (clientes ou non de nos solutions), collectées pendant 6 mois les messages mails, push app, push web et SMS des différentes enseignes.

23%

PERSONNALISATION DE LA SÉLECTION PRODUITS

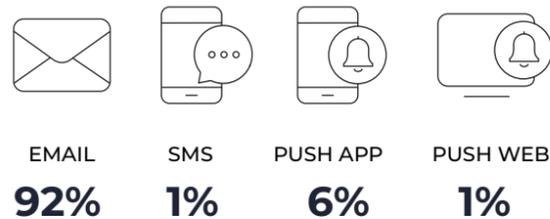
63%

POURCENTAGE D'OFFRES PROMOTIONNELLES

5%

INCLUSION TRIGGERS ANNIVERSAIRES DES CLIENTS

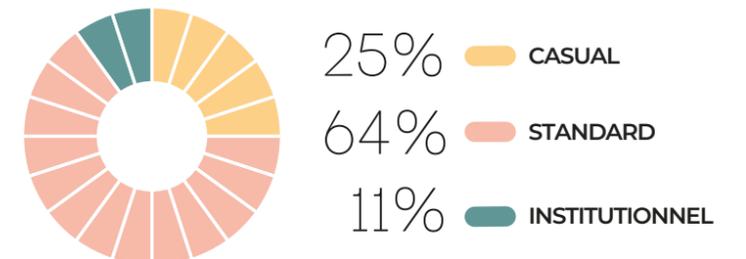
LA VENTILATION DES MESSAGES / CANAL



16%

de campagnes traitées de façon omnicanale.

LA VENTILATION DU TONE OF VOICE



(re)découvrez les insights CRM des enquêtes et études de Notify

travel

LE TIMING D'ENGAGEMENT CONSOMMATEURS TRAVEL



Extrait des datas propriétaires Notify réalisé sur 18 marques clientes du secteur Travel et sur le canal mail, entre juin 2023 et juin 2024.

27,68%

TAUX D'OUVERTURE MOYEN / SECTEUR

55%

APPLE MAIL PRIVACY OPEN

1,39%

TAUX DE CLIC MOYEN / SECTEUR

LES PICS D'ENVOI CANAL MAIL



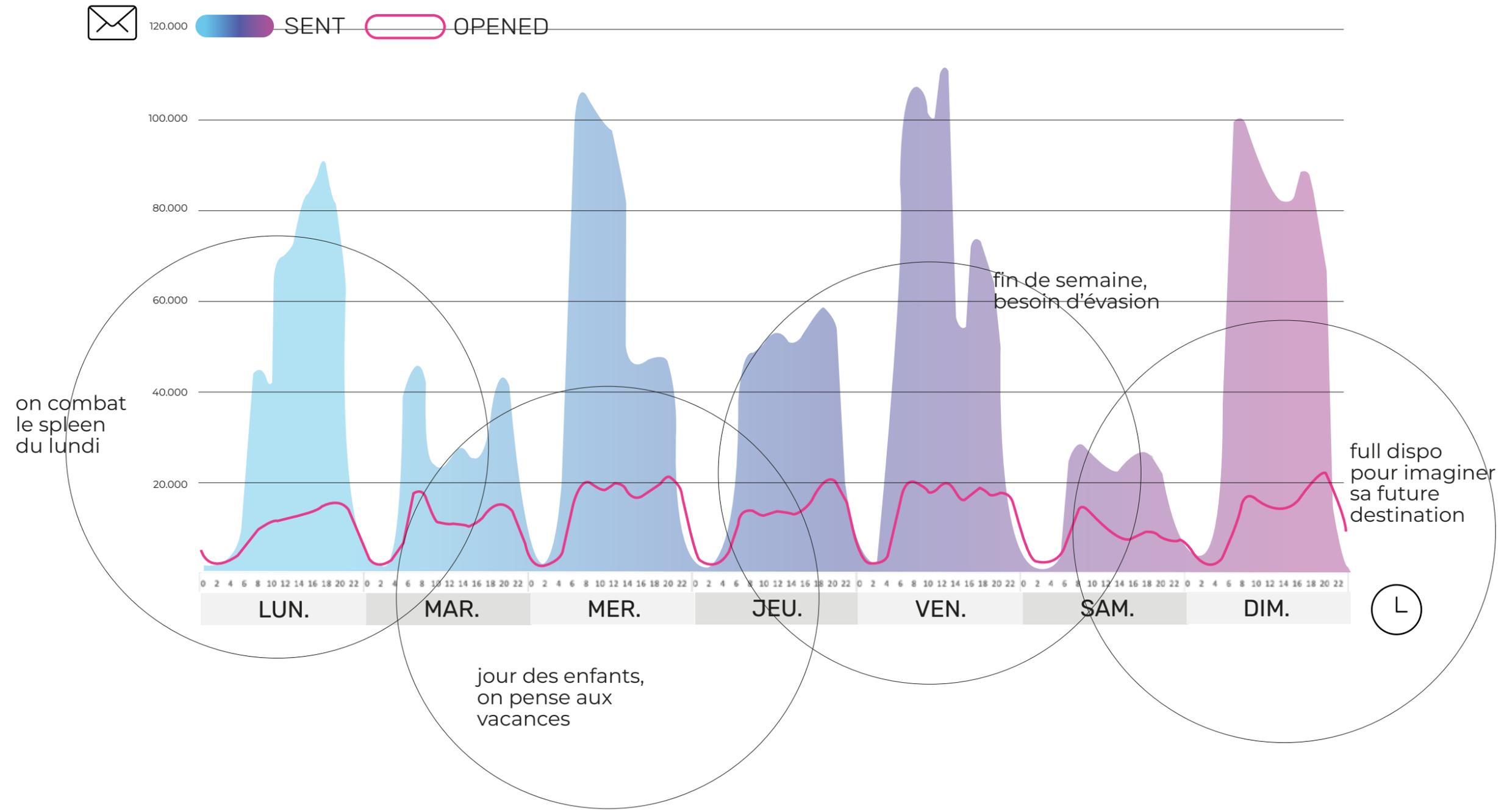
JANVIER / MARS / JUILLET

ENGAGEMENT CALENDRAIRE CONSOMMATEURS TRAVEL



WEEK-END / FIN DE MOIS

sollicitation des audiences : courbe d'envoi et d'open des activations sur une semaine type travel.



07

enjeux tendances

RENOUER AVEC LES INACTIFS MALGRÉ L'INFLATION.

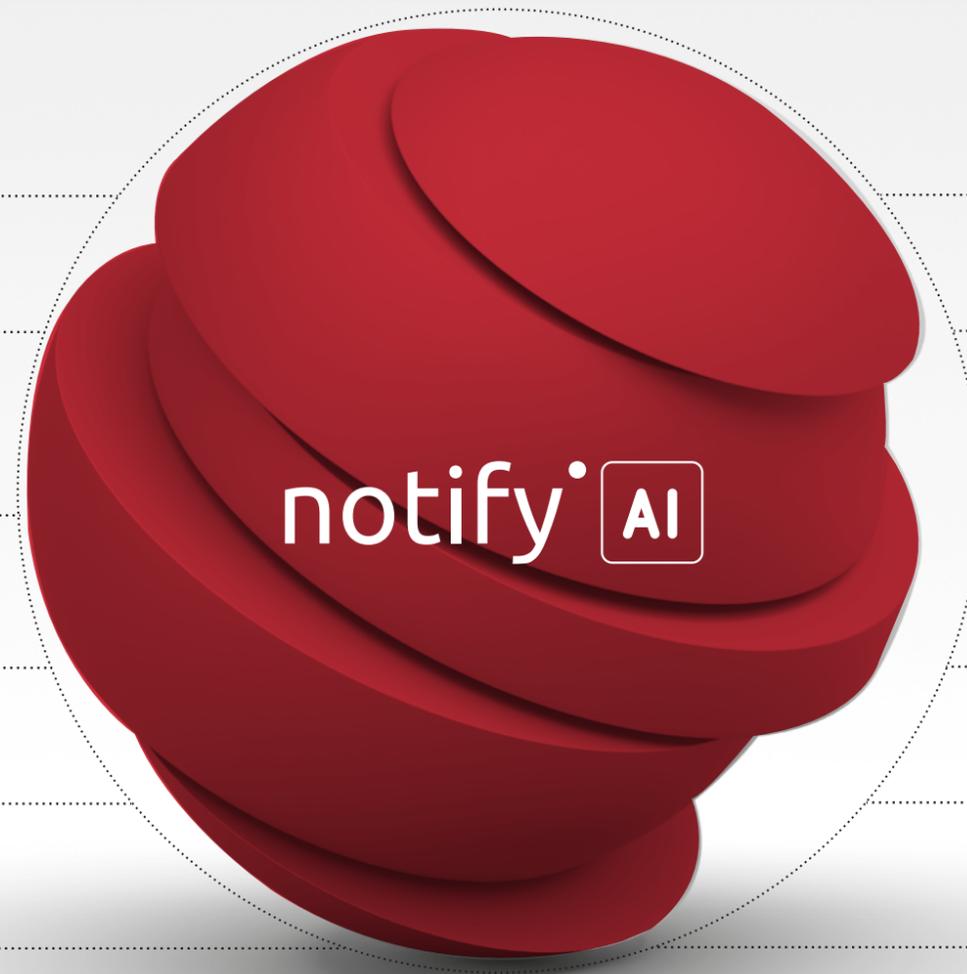
MAXIMISER LE REPEAT ACHAT DES CLIENTS

CIBLER UN CLIENT DISPONIBLE OU UN CLIENT LAST MINUTE

CAPITALISER DES CLIENTS EN ATTENTE DE PERSONNALISATION

ÊTRE RESPONSABLE

COMPENSER LE +69% DE COST/LEAD SUR LE TRAVEL



nos solutions

RÉENGAGER LES CLIENTS INACTIFS
Grâce à + de visibilité et un timing parfait.

ACCROÎTRE L'ENGAGEMENT
en garantissant une expérience orchestrée & customisée.

GARANTIR LA RÉACTIVITÉ
Grâce au perfect timing.

BOOSTER LA CONVERSION
avec un client prêt à l'achat & la personnalisation.

RÉDUIRE LA PRESSION MARKETING NUMÉRIQUE ET SON IMPACT ENVIRONNEMENTAL
avec Notify Care.

SÉCURISER ET DÉVELOPPER SON CAPITAL CLIENTS
avec le perfect timing et la personnalisation de contenus.

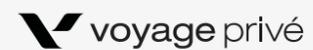
nos clients



VERYCHIC



PERFECTSTAY



notify 

PLUS DE USE-CASES ?

timing@notify-group.com

UN MEETING DE PITCH ?

mhibschherr@notify-group.com

KEEP IN TOUCH ?

notify-group.com

01 45 61 30 30

Notify - 3 rue d'Uzès, 75002 Paris