

**TABLE RONDE N°1 :  
NOUVEAUX OUTILS POUR LES PROFESSIONNELS, QUELS AVANTAGES POUR LES ENTREPRISES ?**

<b>Intervenants</b>		
	Fonction	Présentation de l'entreprise
Linda SICARD	Customer services director P&O Cruises <a href="http://www.pocruises.com">http://www.pocruises.com</a>	Marques : Princess cruises, P&O Cruises, Swan Hellenic, Seetours,...  1 million de passagers en 2001
Hervé VIGHIER	PDG Marmara <a href="http://www.marmara.com">http://www.marmara.com</a>	Voyages vers Turquie, Tunisie, Maroc, Egypte, Grèce Application du modèle low cost dans le tourisme : fort volume de ventes, marge basse, baisse des coûts,... Sources de réservation été 2001 : GDS 24,4% ; internet 2,3% ; téléphone 73,2% Sources de réservation été 2002 : GDS 27,1% ; internet 16,1% ; téléphone 56,8%
Damian HINDS	Entreprise Six Continents <a href="http://www.6c.com">http://www.6c.com</a>	3200 hôtels dans 100 pays : Intercontinental , Holiday Inn, Crowne Plaza, Staybridge Suites 3 millions de réservations par internet Stratégie de distribution multicanaux afin d'optimiser le rendement
Nicole RODRIGUEZ	Directrice Elvia France <a href="http://www.elvia.fr">http://www.elvia.fr</a>	Fait parti du groupe Mondial assistance (Allianz) Activité : assurances voyages Leader en France : PDM = 35%
Lenny SPANGBERG	Fondateur LSO International <a href="http://www.lso-intl.com">http://www.lso-intl.com</a>	Basé à Sophia-Antipolis Organisation événementielle (affaires)

<b>1<sup>ère</sup> question :</b>	
<b>Quels sont les bénéfices des nouvelles technologies pour les clients finaux</b>	
Linda SICARD P&O Croises	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Utilisation de la technologie satellite Permet d'avoir des cyber cafés sur chaque navire, des connexions web dans chaque cabine, l'utilisation du téléphone portable de n'importe où à n'importe quel moment Cela correspond à une modification de la clientèle (rajeunissement) → source de revenu car chaque prestation est facturée</li> <li>2. Utilisation de la télé-interactive : important car vente de rêve Les réservations de croisières représente de 3 à 5 % des réservations des AGV</li> <li>3. Réservation on-line</li> <li>4. Création BDD clients → profil client → communication personnalisée</li> </ol>
Hervé VIGHIER Marmara	<p>Passer par internet permet de baisser les coûts But de Marmara : avoir un prix de vente inférieur de – 20 à –40% par rapport au prix du marché</p>
Damian HINDS Six Continents	<p>Internet → baisse des coûts → élargissement des segments de marché → simplification de la réservation, vitesse de recherche → garantie des prix les plus bas (si un client trouve moins cher chez un autre distributeur → alignement) → réservations reçues à partir des Palm Pilot</p>
Nicole RODRIGUEZ Elvia	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. site en ligne mais ventes très confidentielles</li> <li>2. BDD médicale</li> <li>3. possibilité de déclarer les sinistres</li> <li>4. bientôt on pourra suivre son dossier en ligne</li> </ol>

<b>2<sup>ème</sup> questions :</b> <b>Quels sont les avantages pour le B to B ?</b>	
Linda SICARD P&O Cruises	98% des ventes faites par les AGV Moteur de réservation en ligne pour les AGV 7% de croisières vendues par Amadeus Cruise. Objectif : 50% d'ici 2 ans
Hervé VIGHIER Marmara	2 types : <ul style="list-style-type: none"> <li>• avec les AGV sur intranet en 4 clics</li> <li>• système classique : call center, GDS, internet (avec un espace pro permettant de voir les dispos, leurs comptes, leurs stats, les brochures,...</li> </ul> Objectif : privilégier internet car coût = 0
Damian HINDS Six Continents	Commission avec les AGV : 8 à 10% Les AGV peuvent passer par le site, elles sont payées plus vite
Nicole RODRIGUEZ Elvia	Plus de services en B to B qu'en B to C AGV : objectif → vendre plus facilement les assurances TO : partenariat avec des TO pour diriger le consommateur vers le bon produit car la législation est différente selon les pays

<b>3<sup>ème</sup> question :</b> <b>Le paiement sécurisé</b>	
Linda SICARD P&O Croises	Aux USA, on se préoccupe de moins en moins de savoir si le site est sécurisé
Hervé VIGHIER Marmara	Réservation en ligne, mais numéro de CB par téléphone
Damian HINDS Six Continents	Le n° de CB est fourni uniquement en guise de garantie, car le paiement est effectué sur place à l'hôtel Pour les réservations pré-payées, cela permet d'avoir accès à des promos
Nicole RODRIGUEZ Elvia	Paiement sécurisé bien sûr

<b>4<sup>ème</sup> question :</b> <b>L'avenir</b>	
Linda SICARD P&O Croises	Objectif : hausse des ventes par internet « 50% des clients reviennent chez nous », donc un système intégré permettrait de repérer facilement l'historique du client, de faire du marketing direct personnalisé et d'envoyer des brochures plus ciblées par mail Possibilité d'utiliser le chat sur le site par les clients ou prospects
Hervé VIGHIER Marmara	« Je suis optimiste »
Damian HINDS Six Continents	« Il faut convaincre le client »
Nicole RODRIGUEZ Elvia	Toutes les AGV ne sont pas équipées d'internet, ou n'ont qu'un poste informatique Internet = risque pour les GDS, « car ils sont pour nous une simple voie d'accès »