



ENTREPRISE

Marques-Sites
CRM-Marketing
e-PME
Publicité
Commerce
Tourisme
Intranet-Extranet
Référencement
Acteurs



ACTUALITES

Télécoms-FAI
Mobile
Le Net
Finance

En bref
Actu économique
Actu high-tech

CAC 40	-	1.38%
CAC IT20	-	1.19%
Nasdaq	-	0.76%
Dow	-	
Jones	-	0.23%

[JDN Finance](#)

RUBRIQUES

Chiffres-clés
Classements
Créas pub
Enquêtes en ligne
Juridique
New business
Nominations
Noms de domaine
Nouveaux sites
Sondages
Tribunes

TOURISME

[Sommaire Tourisme](#)

Elysair démocratise la classe affaires grâce au Web
Elysair, première compagnie aérienne française 100 % classe affaires vient de prendre son envol. Sa politique de prix réduits repose sur une utilisation intensive du Web. (04/12/2006)

 [Envoyez cet article](#)  [Imprimez cet article](#)

La compagnie aérienne française Elysair, nouvel acteur privé du transport aérien, veut donner des ailes à la classe affaires. Comment ? En proposant dans un premier temps des vols Paris-New York exclusivement en classe affaires à des tarifs qui, selon la société, sont quasiment deux fois moins élevés que ceux des compagnies concurrentes. "Nous n'avons pas un business model de low cost puisque nous proposons des vols longs courriers, mais nous pratiquons tout de même une politique de prix bas", explique Jean-Charles Perino, directeur marketing de Elysair. La structure de coût très légère de la société fait la part belle au Web qui constitue le cœur de sa stratégie commerciale.

 [En savoir plus](#)

 [Dossier](#) [Transport aérien](#)

[Le site](#)

 [Lavion.com](#)

"Dans l'aérien, une approche multicanal est un facteur clef de succès", explique Jean-Charles Perino. La compagnie, qui ne possède pour le moment qu'un avion de 90 sièges, sera ainsi présente dans de nombreuses agences de voyages physiques. Un accord est par ailleurs en phase de finalisation avec les principaux voyagistes du Web qui commenceront à distribuer des billets dès que Elysair et sa marque commerciale "L'avion" sera référencée sur un premier GDS, à compter de décembre 2006. "Nous sommes également en phase de discussion avec des comparateurs de prix en gardant en ligne de mire une logique de coût d'acquisition clients", précise la directeur marketing de la compagnie aérienne.

Elysair commercialisera aussi son offre par le biais de son site Lavion.com dont la réalisation a été confiée à l'agence Business Lab. Un site qui devrait rapidement évoluer en fonction des comportements d'achat des internautes. L'identité de la marque "L'avion" a été élaborée par TBWA. La stratégie marketing globale de la société sera donc partagée entre les deux entités.

Les PME et PMI qui cherchent à faire voyager leurs employés dans de bonnes conditions et au

Livres blancs

RSS  RSS**SOLUTIONS**

Systèmes-Réseaux

Sécurité

DSI

Emploi-RH

Développeurs

MANAGEMENT

Gestion RH

Création entreprise

Emploi cadre

Fiches pratiques

SCIENCE

Espace

Biologie/Santé

Environnement

Technologie

TOUS NOS ARTICLES

Dossiers

Interviews

Reportages

Fiches conseils

Avant-Après

Chats

Décembre 2006

Novembre 2006

Octobre 2006

Et avant

LINTERN@UTE
MAGAZINE

Copains d'avant

Cartes de vœux

Journal des Femmes

Actualités

Fonds d'écran

Galerie photos

Vos livres

Internet Pratique

Photo numérique

Recettes de cuisine

Tous les dossiers**ANNUAIRES**

Sociétés

Prestataires

Carnet

Hotspots Wi-Fi

Agences médias

Lobbies

Fonds

Logiciels pro

Formations

Encyclopédie



AirPlus
INTERNATIONAL

**LA NOUVELLE
AVANCÉE POUR
LE PAIEMENT DES
VOYAGES D'AFFAIRES.**

meilleur prix sont la cible privilégiée de la nouvelle compagnie. Les grands comptes sont également visés. "Leurs processus de décision sont cependant plus longs. Nous discutons déjà avec des réseaux d'agences professionnelles", explique Jean-Charles Perino. Elysair espère également convaincre une clientèle CSP+ ou de seniors désirant voyager confortablement à titre personnel.

Les supports de communication seront donc adaptés aux profils visés. "Nous allons réaliser une infiltration précise puisque nos

Boeing 757 ne comptent que 90 places à raison de 6 vols aller-retour par semaine", précise Jean-Charles Perino. Des bannières publicitaires seront diffusées sur des sites institutionnels tels que Lemonde.fr, Lequipe.fr ou encore Boursorama. Des prescripteurs seront également contactés directement par e-mail. Un travail de référencement naturel et payant sera également entrepris.

"Nous voulons surtout développer une logique de club vis-à-vis de notre clientèle" précise le directeur marketing de Elysair. Le site Web de la compagnie est en effet enrichi de contenus éditoriaux rédigés par des personnalités coutumières des vols transatlantiques. L'objectif est de proposer aux voyageurs un ensemble de bons plans et de conseils pour découvrir New York et Paris de manière différente. Elysair pourrait également s'engager sur la voie d'un site communautaire réservé à ses clients dans le but de leur permettre de lier des relations avant ou après les vols : un réseau social de voyageurs d'affaires en somme.

 **En savoir plus**

 **Dossier** ▶ **Transport aérien**

Le site

▪ **Lavion.com**

■ [Guillaume DEVAUX, JDN](#)

[Sommaire Tourisme](#)

 [Envoyez cet article](#)  [Imprimez cet article](#)

[Accueil](#) | [Haut de page](#)

Nouvelles offres d'emploi sur [Emploi Center](#)

[Nextedia](#) | [SCRIPTO](#) | [Hôtel Dolce Chantilly](#) | [AMD \(Artel Mobiligence Dartwise\)](#) | [VOLUNTIS](#)

Liens commerciaux

Billet D avion

Comparez des millions de vols grâce à notre moteur de recherche !
www.illicottravel.com

Billet d'avion Lufthansa

Volez tout confort avec Lufthansa Réservez dès maintenant en ligne
www.lufthansa.com

Vols Pescara

Réservez Votre Voyage à Pescara Ici - Toujours des Tarifs Bas
www.seat24.fr