



Thomas Cook



THOMAS COOK, BRIO & SAMSUNG RÉINVENTENT L'AGENCE DE VOYAGE



Thomas Cook dévoile son nouveau concept d'agence de voyages : un point de vente totalement intégré dans un parcours cross-commerce. Ce concept innovant, réalisé en partenariat avec Brio et Samsung répond à plusieurs enjeux majeurs pour le pionnier du voyage : valoriser l'expertise de ses agents, créer de l'attractivité et du rêve, et cibler une clientèle plus jeune.

Ce nouveau concept agence est le fruit d'une étroite collaboration entre les équipes marketing, retail, informatique et achats de Thomas Cook avec l'agence de design Brio. Des conseillers experts Thomas Cook, dont certains franchisés ont également participé au projet afin de s'assurer du fonctionnement opérationnel du concept. Afin de comprendre les besoins des clients et garantir le succès de ce concept, des pré-tests et post-tests ont aussi été réalisés auprès du grand public.

En quoi ce concept révolutionne-t-il les agences de voyages ?

- Un parcours digitalisé, une agence totalement intégrée dans un parcours cross-commerce
- Une expérience consommateur unique : une stratégie de co-création où le client se projette véritablement dans son voyage...
- Une valorisation de l'expertise vendeur par un merchandising inédit qui matérialise les offres de service

« Ce projet est ainsi le résultat d'une conviction forte : avec la progression du digital, le point de vente doit être revisité, tant dans son design que dans la relation entre le conseiller expert et le client. » explique Pauline Rouri, Directrice Marketing de Thomas Cook. Il s'agit d'un lieu d'inspiration moderne, capable de satisfaire les plus exigeants qui propose une nouvelle expérience consommateur, véritable passerelle entre le point-de-vente physique et digital pour un parcours sans coutures. Dès la vitrine le ton est donné : « Ici c'est comme internet, un sourire en plus ».

Afin de se familiariser avec cette nouvelle approche commerciale et s'appropriier le nouveau concept agence, les équipes de vente Thomas Cook bénéficient de formations dans une agence laboratoire reconstituée de toute pièce.

La nouvelle agence de voyages selon Thomas Cook, Brio et Samsung entend répondre à la relation client d'aujourd'hui face à un marché en pleine mutation, une relation basée sur la co-crédation, le partage, mais aussi sur la mobilité et la dimension digitale.

La première agence cross-commerce :

Une réflexion menée en étroite collaboration avec les équipes de Samsung France : table tactile et contenus ludiques et digitaux développés sur mesure sont implantés en vitrine ainsi qu'en intérieur pour favoriser la recherche d'inspirations. Le concept se différencie sur le marché surtout par son approche unique du merchandising des services et de la relation client. Aussi digitale soit-elle, l'agence de demain doit d'abord tendre au contact et valoriser l'accompagnement exclusif offert par Thomas Cook !

La co-crédation et la matérialisation des services au coeur de la stratégie merchandising :

L'ergonomie de vente instaure une relation nouvelle entre l'agent de voyage et le client. Dans les zones pensées pour favoriser la co-crédation, on retrouve des cartes postales en libre-service matérialisant l'offre de voyages proposée par Thomas Cook ainsi que de petits cubes donnant vie à ses valeurs et à ses services pour que le client et l'agent de voyage composent, ensemble, un voyage sur-mesure. Tant d'éléments rassurants pour le visiteur voyageur à qui Thomas Cook démontre la valeur ajoutée de ses services exclusifs en « matérialisant l'immatériel » ! Le category management a également été utilisé pour redéfinir les lignes de produits Thomas Cook et clarifier son offre. Outre l'intérêt évident en termes de visibilité et de lisibilité des offres, Thomas Cook propose ainsi au client la possibilité d'examiner l'ensemble des opportunités avant de faire son choix. Cette démarche devrait renforcer sensiblement le capital confiance de la marque comme le dit un des clients : "avec des offres aussi visiblement traduites, je me sens libre de choisir".



A propos de BRIO

Brio est une agence spécialisée dans l'architecture commerciale, le design et le merchandising. Nous créons en France et à l'international des concepts marchands et accompagnons les marques, les enseignes et les centres commerciaux dans l'implantation d'expériences mémorables sur le lieu de vente. Nous sommes convaincus que le design doit servir le commerce, l'innovation est au cœur de notre ambition créative. Brio est lauréat du Janus du Commerce décerné par l'Institut Français du Design.

Contact presse :

presse@brioretail.com

T/ +33 (0)1 45 83 00 61

www.brioretail.com

A propos de Thomas Cook

Pionnier du voyage organisé, Thomas Cook Plc est un groupe de tourisme majeur en Europe et dans le monde avec plus de 22 millions de clients. En France, Thomas Cook constitue le 1er réseau intégré de distribution sur le marché du tourisme de loisir et Jet tours le 2ème tour opérateur avec une part de marché d'environ 11%. L'entreprise compte ainsi plus de 500 points de vente sur l'ensemble du territoire français et s'appuie sur près de 1200 collaborateurs. Sa stratégie omni canal assure à ses clients confort et flexibilité dans le choix de mode de réservation (Internet, téléphone ou agence de voyages).

Contact presse :

Delphine Lacroix de Peretti

delphine.lacroix-de-peretti@thomascook.fr

T/ +33 (0)1 76 77 73 31

A propos de Samsung Electronics Co. Ltd.

Samsung Electronics Co., Ltd. inspire le monde et façonne l'avenir grâce à ses idées et technologies innovantes. Il réinvente ainsi le monde de la télévision, des smartphones, des objets connectés, des appareils photo, de l'électroménager, des imprimantes, des équipements médicaux, des réseaux et des semi-conducteurs. Samsung s'impose également comme le leader dans l'Internet des objets à travers ses initiatives en matière de santé numérique et de maison intelligente. Samsung emploie 319 000 collaborateurs dans 84 pays et réalise un chiffre d'affaires annuel de 196 milliards de dollars. Pour en savoir plus, rendez-vous sur le site www.samsung.com et sur le blog global.samsungtomorrow.com.

Contact presse :

Profile!

Olivia Chabbert - ochabbert@agence-profile.com

Claudia Roux - croux@agence-profile.com

T/ 01 56 26 72 001