



MisterFly, le moteur de réservation de billets d'avion qui permet de personnaliser son séjour



Directeur Marketing Digital (H/F)
Business Developer Partenariats (H/F)
Game Designer (H/F) ...

Voir les annonces



Après avoir fondé Go Voyages et y avoir passé une dizaine d'année, Nicolas Brumelot et Carlos Da Silva se sont envolés vers une autre aventure, celle de MisterFly. Le moteur de réservation de billets d'avion en ligne propose de trouver les vols aux meilleurs prix. Plus de détails avec Nicolas Brumelot, co-fondateur et président de MisterFly.

Frenchweb: à quel besoin répond MisterFly?



Nicolas Brumelot, co-fondateur et président de MisterFly: L'approche de MisterFly est simple: placer le client au centre de l'ensemble de nos solutions et de notre business modèle.

Une grande partie des acteurs de la distribution de voyages en ligne s'est focalisée sur des méthodes d'acquisition de trafic, au détriment des besoins et préoccupations des voyageurs. Partant de ce constat, nous avons décidé de créer l'outil de réservation de voyages le plus pratique, le plus simple et le plus transparent possible. Dans un monde et un environnement très complexes, chez MisterFly, nous ramenons toutes les décisions à cette valeur élémentaire: simplifier la vie de

nos clients à chaque étape de leur voyage, tout en leur proposant le meilleur prix.

Pour notre première année de lancement, nous nous sommes focalisés sur deux points:

– La transparence tarifaire: aucun frais caché, aucun frais additionnel.

– Une palette de services innovants qui facilitent la vie: le paiement en 4 fois, le panachage des compagnies aériennes à l’aller et au retour pour obtenir le meilleur tarif, le billet flexible, la connexion Internet à destination avec le boîtier Iziwifi.

Autre point très important, notre technologie permet aux clients de personnaliser leur séjour. Nous rendons possible des combinaisons multi-critères avec des départs de tous les aéroports de France, tous les jours de l’année, avec plusieurs durées de séjours ainsi que le choix précis du vol. Par exemple, pour un simple séjour à Venise, nous proposons plus de 50 000 combinaisons de voyages dans une interface ergonomique!

Quelle est votre proposition de valeur?

Aujourd’hui, tout se passe sur Internet. Mais construire le meilleur produit sans client dans la boutique ne sert à rien.

A contrario, les «coûts d’acquisition clients web» sont devenus faramineux (au minimum 50 euros par dossier dans le e-tourisme) et ont inévitablement un impact sur le prix de vente. Pour éviter à nos clients de supporter ce coût, nous avons adressé la problématique par l’autre bout: comment accéder au client avec des coûts d’acquisition de trafic fortement réduits? De là est née l’idée de notre rapprochement avec vente-privee.com. L’accès à cette base membre est un élément clé de notre approche car il nous permet également de nous différencier sur les prix.

Autre répercussion immédiate: ne pas se focaliser sur les coûts d’acquisition nous permet de mettre la barre très haut en terme de qualité de service.

En bref, MisterFly propose des tarifs ultra compétitifs, une expérience d’achat en ligne intuitive et un service client de qualité.

Qui sont les utilisateurs de vos solutions?

Nos utilisateurs sont aujourd’hui principalement des consommateurs avertis, en recherche de voyages & service de qualité, qui n’ont plus envie de «se faire avoir» par les prix «moins chers en apparence» de nos concurrents.

La vente de billets d’avion en ligne est dominée par des acteurs qui affichent en première page des prix attractifs. Malheureusement pour le consommateur, la fin du processus de vente apporte son lot de frais surprise additionnels (frais de dossiers, frais de paiement!). Sur certains sites, le plus bas tarif n’est disponible qu’avec des moyens de paiement inconnus en France (visa entropay / visa prepaid...). Quelle farce!

Chez MisterFly, tous les produits sont immédiatement affichés au prix final et bien souvent beaucoup moins chers que nos concurrents. Le prix ne change pas lors du passage en caisse!

Notre trafic est très fortement mobile: plus de 80% des visites et plus de 50% de nos ventes.

Nous ciblons également les professionnels puisqu’aujourd’hui plus de 2000 agences de voyages françaises achètent nos produits sur notre plateforme de réservation B2B.

Quel est votre plan de développement?

Nous venons de lancer une nouvelle ligne de produits suite à l’acquisition de H-resa, une startup lyonnaise spécialiste de l’hébergement. Nous proposons désormais des hébergements avec toujours la même logique de transparence, compétitivité de l’offre et le service. Nous allons poursuivre la structuration de nos équipes pour proposer un catalogue de destinations et de prestations additionnelles (activités sur place) plus large.

Nous bouclerons notre première année pleine à fin 2016 avec un volume d’affaire de plus de 100 millions d’euros et avons beaucoup d’ambition pour les prochaines années!

Nous venons d’entamer notre implantation à l’international avec l’ouverture de notre bureau et de notre site en Espagne. Nous allons accompagner le développement de notre partenaire vente-privee.com dans chacun des pays où il est implanté.

Quels sont vos enjeux?

Sur le fond, nous sommes persuadés qu'un modèle autre que la «google dépendance» reste à inventer. Sur cette idée, il y a de la place pour créer des acteurs d'envergure pan-européenne.

Notre ambition est de se développer rapidement en Europe, mais nous sommes bien conscients que nous devons être bien entourés afin d'adapter les offres aux usages et attentes des consommateurs dans chacune de nos implantations.

Nous venons de finaliser notre 2ème levée de fonds en 1 an, pour un montant total de 25 millions d'euros. Nous disposons d'importants moyens financiers nous permettant d'investir dans les hommes et les outils et aussi réaliser des acquisitions sur des domaines complémentaires et stratégiques. Nous avons su attirer en amont des investisseurs solides à nos côtés pour déployer notre stratégie.

Après un an, nous sommes déjà 70 salariés basés en France, et de nombreux recrutements sont en cours. Notre enjeu est de continuer à croître tout en privilégiant ce très fort esprit d'équipe qui est notre ADN.

Qu'est ce qui vous distingue de vos concurrents?

Dans le e-tourisme, l'environnement concurrentiel est très complexe. Bien souvent, nous travaillons avec des compagnies aériennes ou chaînes hôtelières qui sont elles-mêmes nos concurrents frontaux via leur site Internet et leurs ventes en direct.

Aujourd'hui si vous lancez une requête sur Google de type «voyage à New York», vous obtiendrez une liste exhaustive d'agences de voyages en ligne, de comparateurs de prix, de compagnies aériennes et de chaînes hôtelières... Il est difficile et compliqué pour le consommateur de s'y retrouver. Notre force est de sortir de ce «schéma classique» et d'aller chercher des clients sur des supports différents et complémentaires où ils ne sont pas forcément exposés à des offres de tourisme. Par exemple, en ce moment, nous proposons des prix défilants toute concurrence avec la compagnie aérienne OpenSkies sur New York en classe affaire. Nous avons séduit notre public bien au-delà de nos prévisions! En apportant des solutions innovantes et compétitives aux clients et aux fournisseurs nous apportons de la valeur aux deux extrémités de la chaîne.

En résumé, je dirais que l'on choisit de ne pas aller là où nos concurrents vont. On cherche toujours à se différencier. C'est un atout majeur dans notre stratégie.

- MisterFly: Les données clés

Fondateur : Nicolas Brumelot et Carlos Da Silva

Siège : Paris

Date de création : 29 septembre 2015

Levés de fonds : en 2015 (vente-privée entre au capital de MisterFly) et en juin 2016 (**Montefiore Investment** et vente-privée investissent 20M d'euros)

Capital : 90.750 euros

Lire aussi:

La startup d'hier: OGGA gère automatiquement l'énergie de la maison

MisterFly boucle un tour de table de 20 millions d'euros pour prendre de la hauteur

The following two tabs change content below.

- Bio
- Derniers articles

**Myriam Roche****Derniers articles par Myriam Roche (voir tous)**

- MisterFly, le moteur de réservation de billets d'avion qui permet de personnaliser son séjour - 27/10/2016
 - Wale Gbadamosi-Oyekanmi (Darewin): «J'ai opté pour un management à l'anglo-saxonne avec une hiérarchie plane» - 27/10/2016
- OGGA gère automatiquement l'énergie de la maison - 26/10/2016
- Valérie Chavanne (IAB France): «La taxe de la publicité en ligne doit être unifiée au niveau européen» - 26/10/2016
 - KiOne, le «robot doigt» de Key Infuser qui automatise les démonstrations d'objets connectés - 25/10/2016