



Communiqué de presse
Paris, le 12 novembre 2012

Expedia.fr rejoint le programme de fidélisation Maximiles

Expedia.fr, chef de file mondial des voyages en ligne, rejoint le programme de fidélisation multipartenaires partenaires de Maximiles, leader européen de la fidélisation sur Internet. Plus de 3,6 millions de consommateurs en France, déjà membres de ce programme, pourront cumuler des points sur Expedia.fr. En ces termes, Expedia.fr devient l'agence de voyage en ligne exclusive de Maximiles.com.

Un partenariat local à forte valeur ajoutée pour remercier la fidélité des consommateurs

Depuis sa création, Expedia.fr, tout comme Maximiles, s'engage au quotidien à adapter ses services au plus près des attentes des consommateurs, en restant constamment à leur écoute.

Grâce au lien quotidien qu'elle entretient avec ses clients, Expedia.fr a constaté ces derniers mois une demande croissante de la part des utilisateurs de bénéficier d'un programme qui récompense leur fidélité. Remercier la fidélité des clients crée un réel point de différenciation dans un secteur où les consommateurs sont rarement fidèles et enclins à passer d'un site à l'autre selon la conjoncture.

Afin d'enrichir plus encore l'expérience d'achat et d'amplifier la richesse de son offre, Expedia.fr a fait le choix de se tourner vers un partenaire local, ayant une expertise reconnue en France dans les solutions de fidélisation, pour proposer un programme efficace qui apporte aux consommateurs un large choix d'avantages et de récompenses de leur fidélité. Ce choix reflète également l'engagement d'Expedia.fr d'offrir des produits et des services toujours plus personnalisés à ses clients, comme l'illustre sa nouvelle signature « Voyagez à votre idée ». C'est donc tout naturellement qu'Expedia.fr rejoint le programme de fidélisation de Maximiles pour offrir de nouveaux services à leurs clients.

« Ce partenariat, inédit dans le secteur des agences de voyage en ligne, a un double objectif pour Expedia.fr », explique Isabelle Pinson, Directrice Générale d'Expedia.fr. « En rejoignant le programme de fidélisation de Maximiles, nous avons désormais la possibilité de proposer la richesse de notre offre à de nouveaux clients. Dans un marché où le consommateur est très volatile, il s'agit également pour Expedia.fr d'apporter à nos clients actuels et à venir, un service à forte valeur ajoutée et local leur permettant de bénéficier d'offres variées qui récompensent toujours plus leur fidélité. Nous croyons qu'il est important d'investir dans l'amélioration de l'expérience client. Grâce à ce partenariat, nous leur proposons ainsi une expérience d'achat toujours plus enrichie. »

« Grâce à ce partenariat, Maximiles offrira à ses membres la possibilité de satisfaire leurs envies de voyager tout en collectant des points. La fidélisation est une des clefs de la réussite sur Internet, et reste l'investissement le plus pertinent, notamment en temps de crise. Nous offrons à Expedia.fr des outils de fidélisation souples, un meilleur outil de génération de trafic et un accès à notre connaissance clients. Nous savons que 67% des membres Maximiles ont déjà effectué une réservation en ligne de voyages », déclare Marc Bidou, PDG de Maximiles.

Expedia investit au niveau mondial dans sa plate-forme technologique pour lui permettre d'innover plus rapidement et de créer des services toujours plus personnalisés. L'intégration de la technologie d'acquisition de points Maximiles sur le site d'Expedia.fr traduit la volonté de l'entreprise d'offrir un service toujours plus personnalisé au niveau local.

D'ici à mi 2013, Expedia.fr apportera de nouvelles briques d'innovation, pour accueillir l'échange de points Maximiles contre des bons de réduction Expedia.fr.

Un partenariat gagnant pour les utilisateurs d'Expedia.fr et Maximiles

Les consommateurs sont ainsi en mesure de cumuler des points Maximiles en réservant sur Expedia.fr ou via le centre d'appels :

- 300 points par vol réservé
- 1 point par euro dépensé sur les hôtels et les formules dynamiques (vol + hôtel, avion + voiture, avion + hôtel + voiture)

Les utilisateurs qui ne sont pas encore membres de Maximiles pourront, quant à eux, créer un compte gratuitement via Expedia.fr. Ils pourront ainsi cumuler leurs points sur leur compte personnel lors de leur réservation sur Expedia.fr.

Les points Maximiles peuvent être échangés contre près de 400 références cadeaux en ligne sur Maximiles.com ou courant 2013 contre des bons d'achats Expedia.fr à valoir sur Expedia.fr.

A propos d'Expedia.fr. Et Expedia Inc.

Expedia, le leader mondial des voyages en ligne, propose un accès à 150 000 hôtels dans le monde entier (comprenant des hôtels indépendants, mais aussi les plus grandes chaînes hôtelières) ainsi qu'à 300 compagnies aériennes.

En croisant leurs critères de choix avec des outils spécialisés pour les affiner, Expedia.fr aide les voyageurs à trouver et élaborer le voyage qui correspond le mieux à leurs attentes.

La société Expedia fournit des solutions de voyages intégrées de qualité tant pour les vacanciers que la clientèle d'affaires, incrémente la demande et les réservations directes pour le compte de fournisseurs de voyages, et offre l'opportunité aux annonceurs publicitaires, par le biais d'Expedia Media Solutions, de cibler un public de grande valeur, composé de potentiels voyageurs.

De plus, Expedia génère de nouvelles réservations pour le compte de certains parmi les plus importants hôtels du marché et les principales compagnies aériennes, accroît la visibilité de marques de grande consommation et sites internet à fort trafic, et s'alloue des milliers d'affiliés actifs par l'intermédiaire de son réseau Expedia® Affiliate.

Expedia, Expedia.fr et les logos Expedia sont des marques déposées d'Expedia, Inc. au sein de l'Union Européenne et certaines autres juridictions. Toutes les autres marques commerciales sont des marques de leurs propriétaires respectifs. © 2012 Expedia, Inc.

A propos de MAXIMILES

Créé en 1999, MAXIMILES, leader européen de la fidélisation sur internet, s'est imposé comme un acteur majeur de la fidélisation, connaissance clients et datamining, autour de 2 business units : la fidélisation et les panels en ligne. Présent en France, Royaume Uni, Allemagne et Maroc, le groupe a également des activités en Espagne, Italie, Suisse et Autriche. Il opère le programme de fidélité multi-enseignes Maximiles sur Internet (plus de 8 millions de membres) ainsi que la gestion de près de 40 programmes de fidélité ou de relation client en marque blanche (U.G.C., Bred, Hôtels B&B...). Il travaille par ailleurs avec la plupart des grands instituts de sondages en Europe. En 2011, MAXIMILES a réalisé un chiffre d'affaires de 20,4 M€.

En octobre 2011 Maximiles s'est positionné dans l'univers du mobile grâce notamment à l'acquisition de la société Badtech SAS, opérateur des services Dismoioù en France et Tellmewhere à l'international. Le groupe, labellisé « Entreprise innovante » par OSEO-ANVAR, est coté sur Alternext d'Euronext Paris.

Code ISIN FR 0004174233 – Code MNEMO. ALMAX.

www.maximiles.com/finance

Contacts

MAXIMILES

Marc BIDOU - Président Directeur Général
Tél. : 01 44 88 60 30
m.bidou@maximiles.com

ACTIFIN

Nicolas MEUNIER
Anaïs de SCITIVAUX
Tél. : 01 56 88 11 11
nmeunier@actifin.fr
adescitivaux@actifin.fr