

PARAVECMOI, site de rencontre de covoyageurs

MICHEL RUIZ

CEO, management & marketing - Paravecmoi

< m.ruiz@paravecmoi.com >

Paravecmoi est à la fois un site de rencontre et une agence de voyages. Le candidat au voyage s'inscrit sur le site et renseigne sa fiche : qui il est, comment il aime voyager et le type de voyage qu'il recherche (destinations, dates...). L'algorithme de Paravecmoi permet de lui présenter des profils adaptés. Les deux covoyageurs choisissent ensemble leur voyage sur la plateforme du voyageur partenaire de Paravecmoi. Chaque covoyageur paie sa part du voyage.

De Jack Kerouack à Mike Horn en passant par Bernard Moitessier, le voyage demeure la dernière vraie grande aventure contemporaine. À une époque où l'expérience et l'usage priment sur la propriété, le voyage est considéré comme la source ultime d'épanouissement et de plaisir. Dans ce cadre, le voyage solo peut être le Graal et le principal frein de bon nombre de candidats à l'évasion.

Lorsque le voyage solo est un choix, il permet au voyageur de se retrouver, de retrouver ses racines, d'aller à la rencontre des autres, de s'évaluer, ou tout simplement de s'enfuir seul(e) afin de rompre avec son quotidien et son environnement. Quand c'est une fatalité, il s'agit souvent d'un voyage à titre professionnel. En dehors de ce domaine bien particulier, le voyage solo non voulu est lié soit à une non-disponibilité de son compagnon de voyage, soit à une annulation, soit tout simplement à l'absence de co-voyageur(e) partageant la même appétence.

Il y a souvent un point commun entre les voyageurs solos, c'est le désir de rencontre. Paradoxalement, celui qui voyage consciemment en solo est attiré par la rencontre de nouvelles cultures et donc de nouvelles personnes, et celui qui voyage en solo par fatalité a raté cette rencontre destinée à faire de son voyage une occasion de partager ses émotions en temps réel.

Les solos sont restés longtemps une clientèle considérée comme autonome et ne nécessitant aucun effort particulier en termes de développement d'offre ou de promotion des ventes. Ce n'est plus le cas aujourd'hui.

De notre côté nous avons décidé, avec Paravecmoi, d'explorer la piste de l'ensemble des voyageurs qui n'ont pas franchi le pas du départ en solo. En partant du postulat selon lequel le voyage peut être un catalyseur de rencontres, nous abordons le versant "amont" du départ avorté : "Je veux partir, mais finalement je ne pars pas..." Parce que j'ai peur de partir seul(e). Parce que le sur-

coût du supplément single est trop important. Parce que personne dans mon entourage ne souhaite m'accompagner dans mon choix de destination et mon programme.

MATCHING. Paravecmoi permet au voyageur de partir avec un compagnon de voyage qui lui ressemble... Le principe de Paravecmoi est le suivant. Le candidat au voyage s'inscrit sur le site et renseigne sa fiche : qui il est ? quels sont ses habitudes, passions, modes de voyages ? que recherche-t-il (destinations, dates...) ? L'algorithme de Paravecmoi permet de lui présenter des profils qui concordent avec ses préférences personnelles et ses habitudes de voyage. Les deux covoyageurs choisissent ensemble leur voyage sur la plateforme de TDS (Travel Development Services), voyageur partenaire de Paravecmoi. Chaque covoyageur paie sa part du voyage.

Le voyage a ceci de particulier qu'il fait naître les émotions et qu'il exacerbe les sentiments en tous genres. Dans ce contexte, tout peut arriver avec son covoyageur : découverte, passion, amour, détestation... Le plus difficile consiste alors à faire "matcher" des voyageurs qui s'entendent bien pour voyager. Nous aurions pu effectuer un "matching" à partir de critères traditionnels liés à la rencontre. Nous avons préféré analyser la sociologie des voyageurs et des vacanciers afin de concentrer nos efforts autour de ce qui les réunit et les unit. Nous effectuons ce matching à l'aide de plusieurs outils.

Le premier est l'image. L'image aujourd'hui est partout, tout le temps. On assiste à une généralisation des mises en situation et de l'estime de soi. Les usages se concentrent sur le fait de partager instantanément une sensation ou une expérience. Chacun d'entre nous peut fixer un instant, un moment, un lieu afin de le partager immédiatement. Dans ce cadre, la perception personnelle que nous saisissons via notre smartphone est un indicateur de valeur. Le fait de laisser une photo intacte ou de lui appliquer un filtre de couleur correspondant à notre humeur du moment constituant, tous deux, un catalyseur d'émo-

tions qui en dit beaucoup sur nous. Dans cette mesure, la photo peut être perçue comme un fixateur d'appétence ou une perception commune de l'environnement ayant pour effet de nous rapprocher d'un autre voyageur. Cette visualisation à travers l'objectif du mobile nous permet de donner une vision subjective de la réalité et reproduire notre vision du monde. Si un voyageur partage cette même vision et est sensible à notre cliché, il y a fort à parier que nous partageons beaucoup plus de choses en commun qui pourrait ressortir d'un simple questionnaire.

Le deuxième est le type de voyage souhaité, sur le principe du "dis-moi comment tu voyages je te dirais qui tu es". En réunissant plus de 60 critères dans la création d'une petite annonce de voyage, nous avons souhaité être le plus exhaustifs possible : pays, budget, dates, bagages, typologie de voyages, préférences... tout en invitant l'utilisateur à simplement cocher des visuels représentatifs du voyage – toujours la sociologie de l'image...

Ainsi il est possible de créer son profil de voyageur en moins d'une minute et de mettre en ligne une petite annonce de voyage en moins de deux minutes. C'est la richesse et le nombre de ces critères qui permettent in fine de répondre aux attentes des voyageurs. Toutefois, le voyageur ne doit pas avoir l'impression de répondre à un sondage fastidieux, il doit naviguer librement en se laissant guider par des émotions liées aux visuels proposés. L'*UX design* (design de l'expérience utilisateur) permet au voyageur de s'inscrire grâce à un parcours à la fois fluide et ludique.

COMMUNAUTÉ. Pour identifier sa cible et créer une communauté de futurs utilisateurs, Paravecmoi a créé une page Facebook amont de la création de l'application. Cette page regroupe aujourd'hui 16 000 fans, tous passionnés de voyage et de photos de voyage.

Plus de 6 000 photos y ont été postées en 1 an – pas des selfies, des paysages, des ambiances, des instants volés. La considération, l'estime de soi, valeurs souvent négligées

dans le community management, sont au cœur de notre stratégie sur les réseaux sociaux. Notre idée est de valoriser nos fans voyageurs : ceux-ci sont heureux de constater que leurs photos de voyages sont vues et partagées des milliers de fois sur les réseaux sociaux.

L'analyse de ce portefeuille de fans nous a permis d'établir la cartographie de nos futurs utilisateurs (73 % de femmes). Une analyse complémentaire, réalisée à partir des 5 000 utilisateurs de la version bêta de l'application, confirme cette tendance de la voyageuse solo et tend à montrer qu'un tiers de ces postulantes à la recherche d'une covoyageuse (le plus souvent) sont en situation monoparentale.

Pour ce qui est du choix de l'application destinée à permettre la rencontre entre voyageurs solos, nous avons privilégié deux aspects qui nous paraissent essentiels : l'agilité et l'autonomie. Nous avons abordé le développement de la façon suivante :

- individus et interactions plutôt que processus et outils ;
- fonctionnalités opérationnelles plutôt que documentation exhaustive ;
- collaboration avec le client plutôt que contractualisation des relations ;
- acceptation du changement plutôt que conformité aux plans.

Paravecmoi fonctionne autour d'une base de données commune. Notre solution est accessible de la même façon en ligne sur internet (www.paravecmoi.com) qu'en mode web app (hors contraintes opérateurs) ou bien encore téléchargeable sur les stores en application mobile.

L'enjeu pour nous est de répondre aux attentes des voyageurs solos, en ayant à l'esprit que ce qui conditionne le succès de notre projet est autant la qualité du voyage que celle de la rencontre. Il convient d'assurer un niveau de garantie permettant au voyageur d'être pleinement rassuré. Deux voyageurs s'étant rencontrés sur notre plate-forme peuvent partir ensemble en payant leur part du

voyage individuellement, mais avec la garantie de maintien du prix duo en cas d'annulation de l'un des covoyageurs.

L'ensemble des utilisateurs étant géolocalisés, nous prévoyons également des "after work" permettant à nos membres de se retrouver et d'échanger autour de destinations passées et futures. Enfin, de façon à établir un lien entre les producteurs de voyages et leurs clients (ou leurs futurs clients), nous envisageons de généraliser la mise en ligne de clichés de voyages sur l'application et d'y

donner accès aux opérateurs qui pourraient les utiliser en y associant un programme d'incentives à destination des voyageurs.



Dans un contexte d'explosion de l'économie collaborative, permettre à des voyageurs solos de partager leurs émotions avec un compagnon de voyage ou via les réseaux sociaux est ce qui anime l'équipe de Paravecmoi. Sa vision est fondée sur les nouveaux usages et modèles, ceux du voyage du XXI^e siècle. ■



© emperarcasar