

Date : 12/04/11

Patrick Pedersen, Directeur e-commerce Smartbox :

Après la distinction de Smartbox à la cérémonie des **Travel d' Or** dans la catégorie Coffrets Cadeaux, Patrick Pedersen, Directeur e-commerce de Smartbox répond aux questions de i-tourisme.



L'édition 2011 des **Travel d' Or** présentait, avec les coffrets cadeaux, une nouvelle catégorie. C'est Smartbox qui a remporté ce prix. Cela démontre un net regain d'image pour votre société. Comment expliquez-vous cette récompense ?

Plusieurs éléments sont à prendre en considération. D'abord l'indice de satisfaction mesuré par l'Ifop. 94% de nos clients se déclarent satisfaits et 55% très satisfaits de nos produits. Vous voyez que nous n'avons pas du tout de problème d'image...

Évaluation du site

Le site Internet du magazine I-Tourisme s'adresse aux professionnels du tourisme. Il leur propose des articles concernant l'actualité des solutions informatiques adaptées à ce secteur d'activité.

Cible
Professionnelle

Dynamisme* : 1
* pages nouvelles en moyenne sur une semaine

Cela a changé, car les coffrets n'ont pas toujours eu bonne presse...

Depuis le lancement des coffrets cadeaux, les produits Smartbox qui sont sur le marché ont considérablement évolué. Un chiffre pour comprendre la situation : nous vendons actuellement 3 millions de coffrets par an. Le but est bien que ceux-ci soient utilisés afin de donner satisfaction à l'utilisateur et de le fidéliser.

Nous ne pouvons pas nous contenter de la politique de la terre brûlée. Pour faire simple, gagner notre vie sur des produits achetés qui ne sont pas consommés est une vision à court terme sans avenir. Notre objectif est bien plus ambitieux. C'est pour cette raison que nous avons repensé en totalité nos offres.

Justement, comment avez-vous amélioré votre image ?

Avec nos innovations. Nous avons commencé par la garantie 100%. Celle-ci s'appuie sur la profondeur de nos offres qui représentent aujourd'hui 10 000 activités. Si un client reçoit un coffret qui ne lui correspond pas, nous lui donnons la possibilité de sélectionner, parmi notre catalogue, un article de son choix. L'échange est gratuit. Nous sommes bien conscients qu'offrir un produit ne peut pas systématiquement correspondre au goût de la personne.

Dans le même temps, la force de nos coffrets est bien de permettre une certaine créativité pour des cadeaux. En permettant l'échange, nous gardons l'originalité de notre positionnement et nous garantissons la satisfaction de nos clients.

Oui, mais vous savez que les coffrets ne sont pas toujours utilisés tout de suite. Et si la date d'utilisation est dépassée ?

J'allais y venir, en cas de dépassement le coffret, pour la somme de 10 euros, est utilisable 6 mois après la date d'utilisation.

C'est une avancée, en effet, et pour votre site Internet ?

Nous avons travaillé l'aspect visuel en cherchant à faciliter le cheminement de nos internautes pour clairement identifier les zones bénéficiaires. Pour les cadeaux, les paiements sont sécurisés et l'utilisateur peut activer le coffret directement quand il le souhaite. Les coffrets peuvent être personnalisés. Enfin, vous trouvez sur notre site des avis et des commentaires avec des partages de vidéos. Nous avons eu récemment un exemple emblématique : « ma première expérience pour piloter un avion de chasse ». Enfin, nous avons un prolongement sur les réseaux sociaux comme Facebook ou Twitter depuis 1 an.

Vous êtes un acteur multicanal ?

Oui, nous sommes diffusés en agences de voyages, dans les grandes chaînes de distribution, sur nos propres points de vente et sur notre site Internet.

Pour les agences de voyages, quels sont les avantages de vous distribuer ?

Elles sont commissionnées bien entendu mais surtout elles ont la certitude de vendre des produits fiables. Nous avons été élus, dans notre catégorie, par la dernière étude BVA comme le meilleur service client. Pour la distribution c'est important.