

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Boulogne-Billancourt, le 06 mars 2017

# Thomas Cook accélère la digitalisation de ses 450 agences de voyages avec la plateforme de services BRIDGE de Leadformance (SoLocal Group)

*Depuis le déploiement de BRIDGE en décembre dernier, le Groupe a multiplié par 5 le trafic sur les store locators Jet tours et Thomas Cook.*

Thomas Cook, pionnier du voyage organisé, a déployé la plateforme de services BRIDGE de Leadformance, leader des solutions web-to-store en Europe et filiale de SoLocal Group, auprès de ses 450 agences de voyages. Trois enjeux majeurs pour l'enseigne : optimiser le référencement et la visibilité en ligne de ses agences ; envoyer du flux et des leads qualifiés dans ses points de vente ; améliorer l'expérience et la satisfaction clients grâce à un suivi personnalisé, depuis la recherche sur Internet jusqu'au déplacement en agence.

Depuis le déploiement de la plateforme, le Groupe Thomas Cook enregistre :

- Près de 1 500 formulaires de contact envoyés dans ses agences,
- Plus de 750 appels entrants par jour en provenance de ses store locators,
- Une audience multipliée par 5 avec 43% de trafic issu du référencement naturel Google et une part du trafic sur mobile multipliée par 3.

### **Le point de vue d'Hervé Witasse, Directeur Ecommerce de Thomas Cook :**

*« Lorsque nous avons refondu notre site jettours.com, nous voulions intégrer la dimension multicanale comme un élément principal de navigation sur le site et développer la complémentarité entre le web et les canaux de ventes physiques. Avec l'aide des équipes de Leadformance, nous avons collaboré pendant 6 mois pour construire notre nouvelle plateforme web to store sur Jet tours, que nous avons déclinée dans la foulée sur la marque Thomas Cook. Nous avons observé des résultats immédiats après la mise en ligne de nos 2 store locators, avec un trafic triplé sur les premières semaines et qui a continué à augmenter depuis, grâce à l'amélioration du référencement sur les moteurs de recherche. Aujourd'hui, la solution BRIDGE nous permet de mesurer en temps réel les leads qualifiés envoyés pour chaque agence, par téléphone ou via un formulaire de devis. Nous constatons un bon taux de décroché des appels envoyés et un très bon taux de transformation sur les premières ventes déclarées dans les outils en agences. »*

L'objectif en 2017 pour l'enseigne est de développer ces sites avec des innovations produits afin d'améliorer la satisfaction de ses clients et la mise en avant des expertises et produits vendus dans le réseau.

### **Le point de vue de Cyril Laurent, Cofondateur et CEO de Leadformance, filiale de SoLocal Group :**

*« Nous sommes ravis d'avoir été retenus par un leader du tourisme comme Thomas Cook. Nous le sommes d'autant plus que c'est devenu maintenant une évidence pour l'ensemble des marques et des enseignes d'investir très clairement dans la visibilité online de chacun de leurs points de vente. C'est une nouvelle preuve que le online to offline est un gisement de croissance pour les entreprises dont on ne voit pas encore les limites. Il s'agit pour chaque agence et chaque vendeur de pouvoir "tendre la main" via le web à tous les clients qui choisissent encore en grande majorité un contact humain pour les accompagner dans leur achat. Au-delà d'un phénomène qui n'en est dorénavant plus un, nous constatons une maturité nouvelle qui amène nos clients à privilégier des éditeurs SaaS pour accélérer leur déploiement opérationnel et bénéficier rapidement de services innovants qui permettent de viser tous les points de contact online de leurs réseaux, que ce soit sur leurs propres sites, en SEO, en SEA, ou encore sur les réseaux sociaux ou les principaux carrefours d'audience de trafic local. »*

### **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 1<sup>er</sup> réseau intégré de distribution sur le marché du tourisme de loisirs et Jet tours le 5<sup>ème</sup> tour opérateur avec une part de marché d'environ 10%. L'entreprise compte ainsi près de 450 points de vente sur l'ensemble du territoire français et s'appuie sur près de 1 000 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 : 01 76 77 73 31 – [delphine.lacroix-de-peretti@thomascook.fr](mailto:delphine.lacroix-de-peretti@thomascook.fr)

---

### **A propos de la solution BRIDGE de Leadformance**

BRIDGE est une plateforme de gestion des données locales, dédiée aux enseignes disposant d'un réseau de boutiques physiques et aux marques. Plus de 220 marques à travers le monde font confiance à BRIDGE de Leadformance et utilisent chaque jour les solutions de store locator, et multidiffusion. Leadformance est une filiale de SoLocal Group, N°1 européen de la communication digitale locale.

[www.leadformance.com/fr/](http://www.leadformance.com/fr/) [www.solocalgroup.com](http://www.solocalgroup.com)

### **A propos de SoLocal Group**

SoLocal Group, leader européen de la communication digitale locale, révèle les savoir-faire locaux et stimule l'activité locale des entreprises. Les activités Internet du Groupe s'articulent autour de deux lignes produits : Search Local et Marketing Digital. Avec le Search Local, le Groupe offre des services et des solutions digitales aux entreprises pour accroître leur visibilité et développer leurs contacts. Fort de son expertise, SoLocal Group compte aujourd'hui près de 490 000 clients et plus de 2,4 milliards de visites via ses 4 marques phares (PagesJaunes, Mappy, Ooreka et A Vendre A Louer), mais également par le biais de ses partenariats. Grâce au Marketing Digital, SoLocal Group crée et met à disposition le meilleur contenu local et personnalisé sur les professionnels. Avec plus de 4 400 collaborateurs, dont une force de vente de 1 900 conseillers spécialisés dans cinq verticales (Habitat, Services, Commerce, Santé & Public, B2B) et à l'international (France, Espagne, Autriche, Royaume-Uni), le Groupe a généré en 2016 un chiffre d'affaires de 812 millions d'euros, dont 80% sur Internet, et se classe ainsi parmi les premiers acteurs européens en termes de revenus publicitaires sur Internet. SoLocal Group est cotée sur Euronext Paris (LOCAL). Les informations disponibles sur SoLocal Group sont accessibles sur [www.solocalgroup.com](http://www.solocalgroup.com).

### **Contacts Presse**

*Alexandra Kunysz*  
06 34 04 82 43  
[akunysz@solocal.com](mailto:akunysz@solocal.com)

*Kelly Patin*  
[kpatin@leadformance.com](mailto:kpatin@leadformance.com)