Les prix dynamiques sont aussi au cœur de la stratégie de FlixBus, leader du transport en autocar en France

publié le 16/10/2016

Descriptif :

Source : Le Hub La Poste

Connaissez-vous FlixBus ? Cette start-up allemande, créée en 2013, est rapidement devenue n°1 du transport en autocar outre-Rhin. Et elle s'est aussi imposée comme le leader en France, avec plus de 40 % de parts de marché. Au cœur de sa stratégie de conquête, une tarification dynamique. Ce que l'entreprise revendique très ouvertement sur son site web : « Notre succès est basé sur la numérisation d'un mode de transport traditionnel. Cette nouvelle manière de voyager repose sur nos innovations technologiques telles qu'un système de réservation et de billetterie intuitif, l'application smartphone, le wifi gratuit à bord ou encore le suivi GPS des bus en temps réel. Par une planification intelligente du réseau et une grille tarifaire dynamique, nous garantissons toujours à nos clients la meilleure offre ».

- Directeur du développement de FlixBus, Yvan Lefranc-Morin confirme cette stratégie à La Voix du Nord : « On pratique le yield management, c'est-à-dire que l'on a des critères pour fixer les prix : par exemple la date d'achat du billet, le taux de remplissage du car. Il n'y a pas de prix moyens, ils sont très dynamiques ».

Plus d'infos :

- FlixBus
- La Voix du Nord

Académie de Poitiers

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers.
Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.