

Internet souriez vous êtes traqués

Écrit par sylvie.duval@finances.gouv.fr (Sylvie Duval)

Vendredi, 24 Mai 2013 00:00 -

Les marchands affichent souvent sur Internet des pages personnalisées en fonction du profil du voyageur. Une démarche qui peut être vécue comme un service, ou un fichage à la Big Brother. Vueling.com sait bien comment pister ses prospects. Supposez que vous choisissiez un vol Londres-Paris pour une famille avec trois enfants, et que vous abandonniez votre panier. A la prochaine connexion, la compagnie low cost affichera une piqure de rappel sur "Votre dernière recherche", prix à l'appui, pour vous inciter à poursuivre la commande d'un seul clic. Vueling fait aussi évoluer les pages web, incluant les photos, au gré des préférences que vous manifestez lors d'une même recherche. Une façon d'entrer dans une relation one-to-one avec le consommateur, de lui faire comprendre qu'il est reconnu.

[en savoir plus](#)

Consultez la source sur Veille info tourisme: [Internet souriez vous êtes traqués](#)