

LA TECHNOLOGIE OUI, MAIS PAS QUE ...

Les voyageurs d'affaires sont des consommateurs comme les autres. Désormais **aguerris aux nouvelles technologies, et de plus en plus autonomes, ils souhaitent gérer leurs réservations de voyage** où ils veulent et quand ils veulent. Ils souhaitent également **y associer leurs habitudes personnelles en quelques clics**. Pour preuve, l'article - « Acheteurs, êtes-vous voyageurs compatible ? », *Déplacements Pros*, 16 août 2018 - explique qu'après le « self-booking » et le « bleisure », **voici venue l'ère du « busfeel »** autrement dit : **la personnalisation des voyages**.

Dans le cadre des déplacements professionnels, les outils technologiques ont pour vocation première **de simplifier la vie des voyageurs d'affaires et leur faire gagner un temps précieux**. A priori, ces outils sont **au service de la politique de l'entreprise** et bien entendu, **au service du voyageur** lui-même.

TECHNOLOGIE, COMPLEXITE DES OFFRES ET DES SYSTEMES

Toutefois, face à la multitude des offres, des règles et des spécificités dans les différents pays ou différentes entités d'une même organisation, nous sommes forcés de constater que **le temps d'adoption et d'adaptation est parfois plus long qu'il n'y paraît**. Le voyageur peut avoir **le sentiment de perdre la main, d'être asservi par les outils ou des offres de voyage** trop éloignées de ses besoins réels. Au final, il peut avoir **la sensation de ne plus être libre de choisir**, selon ce qu'il juge le mieux dans l'intérêt de son voyage.

D'un autre côté, si l'on observe les comportements sociétaux, il apparaît que nous sommes séduits par **la modernité, la rapidité, la facilité et la flexibilité des outils technologiques** ; mais que nous souhaitons de plus en plus avoir accès à **une technologie personnalisée, interactive, à visage humain, porteuse de sens, et qui resterait, avant tout, à l'écoute de nos besoins**.

SE CONCENTRER SUR L'ESSENTIEL, SUR CE QUI FAIT SENS

Aussi, **la marche en avant de l'intelligence artificielle** qui permettra de répondre à cette demande accrue de personnalisation, nous encouragera sans aucun doute, à **concentrer nos efforts sur de nouvelles interfaces, produits ou services, plus intuitifs, disponibles et simples**.

L'EXCELLENCE AGILE AU SERVICE DE VOS VOYAGES

HUMAIN - SERVICE - TECHNOLOGIE

☎ Tél : +33 1 53 46 67 10 - Fax : +33 1 53 46 67 20

@ Email : contact@fftparis.com - Site : www.fftparis.com

✉ Adresse : 63 bis avenue Ledru Rollin - 75012 PARIS - FR

SAS au capital de 95 885 Euros - RCS Paris : 435 134 168

SIRET 43513416800010 - Code APE 7911Z - Assurance RCP : HISCOX

Garantie Financière : Groupama - IATA 20242084 - IM075100182

Une opportunité pour tous les concepteurs et designers informatiques de revenir **au principe "MAYA"**. Le célèbre acronyme que le designer franco-américain Raymond Loewy utilisait pour illustrer sa perception du design : **"Most Advanced Yet Acceptable"** « **le plus avancé possible tout en restant acceptable** ». Il évoquait notamment le design en ces termes : *« Je crois que nous devrions faire du design pour le bénéfice du plus grand nombre, en premier lieu et toujours. Prenant soin des idéologies et des sociologies. Je pense que nous devrions contribuer à élever le niveau de perception de l'esthétisme de la société. En prenant toujours soin de contrôler la qualité, tout en incitant les autres à faire de même ».*

Nous assistons incontestablement à **une évolution des valeurs qui guident nos comportements et nous rendent plus exigeants**. Face à l'impérieuse nécessité de protéger notre planète, **la montée en puissance du développement durable** peut encourager bon nombre d'entreprises à **simplifier leurs processus**. En s'appuyant notamment sur des principes d'esthétisme et de praticité d'utilisation des outils, les entreprises peuvent trouver là **un moyen d'augmenter la satisfaction des voyageurs**. Tendances que les ingénieurs, développeurs et marketeurs commencent à prendre en compte, **au grand bénéfice des utilisateurs et voyageurs de demain**.