

KelBillet franchit une nouvelle étape avec sa première campagne de publicité dans le métro et en TV.

lundi 18 juillet 2016 – KelBillet.com, le site Internet qui compare les offres de train, bus, covoiturage et avion lance à partir d'aujourd'hui sa première campagne de publicité à la télévision et dans le métro parisien cet été. Grâce à cette première prise de parole nationale, le moteur de recherche multi-transport, qui enregistre plus de 3.5 millions de visites par mois, franchit un nouveau palier dans son développement. Retour sur une success story française.

A l'origine : une idée pour se déplacer en France au meilleur prix

D'abord conçu comme une place de marché pour revendre ses billets de train lors de son lancement en 2009, KelBillet.com a progressivement fait sa mue. C'est devenu le premier site à comparer différents modes de transport pour aider les voyageurs à trouver le meilleur trajet, au meilleur prix. En comparant le train, le bus, le covoiturage et l'avion, les utilisateurs du site peuvent découvrir les tarifs proposés par de nouveaux modes de transport ou par de nouvelles compagnies, et ainsi économiser sur leurs trajets en France.

Une étude interne révèle que le principal motif de déplacement des voyageurs sur KelBillet.com est de rejoindre leurs proches (amis et famille). En économisant sur chaque trajet, ils peuvent multiplier leurs déplacements et ainsi voir leurs amis plus souvent !

Une nouvelle signature: Comparez avant de réserver !

Avec cette première campagne de publicité, l'équipe KelBillet a voulu mettre en scène une nouvelle accroche : « Comparez avant de réserver ! ». Avec cette injonction elle souhaite interpeller les voyageurs sur leur manière de chercher et réserver des billets dans un marché du transport de plus en plus fourni : les opportunités de billets à petit prix ne manquent pas, mais il n'est pas toujours facile de les trouver tant l'offre s'est complexifiée.

L'objectif : aider les voyageurs à trouver le bon moyen de transport

« Aujourd'hui sur KelBillet.com, un utilisateur sur deux choisit un mode de transport différent de celui recherché initialement. Aussi bien pour des raisons de prix que d'horaires et d'expérience à bord. » affirme Yann Raoul, président fondateur du site.

Avec la multiplication des modes de transport : libéralisation du bus longue distance, succès du covoiturage, offres low-cost, chacun peut y gagner à revoir ses habitudes de déplacement. Pour s'y retrouver dans cette offre et aider ses utilisateurs à trouver le meilleur trajet, KelBillet mise sur les recettes qui ont fait son succès depuis sa création :

- **Simplicité** : comparer toutes les offres de train, bus, covoiturage et avion en un seul clic et sur une seule page.
- **Efficacité** : afficher le prix final des billets pour permettre aux utilisateurs de faire le bon choix.
- **Indépendance** : rester un comparateur et ne pas vendre de billets.

Dépasser le cap des 3.5 millions de visites par mois

Avec cette campagne de communication, KelBillet souhaite franchir un nouveau cap dans son développement et confirmer sa place de leader sur le marché du transport terrestre intercity.

« C'est un investissement conséquent à une période estivale clé. Tous les indicateurs sont au vert pour espérer une montée en puissance et faire découvrir à tous les français les bénéfices de comparer avant de réserver ! » commente Yann Raoul.

Avec un modèle économique rentable, KelBillet s'exporte à l'étranger. Le site est présent depuis 2015 au Royaume-Uni, en Espagne, en Italie et en Allemagne sous la marque gopili.

La première campagne d'affichage de KelBillet.com, entièrement réalisée en interne, met en scène une nouvelle accroche : « Comparez avant de réserver ».



Pour son volet télévisé, KelBillet met en scène Chloé, une utilisatrice type, qui tente de rejoindre ses amis à travers la France et qui lors de sa recherche, se retrouve tour à tour projetée dans les différents moyens de transport proposés par KelBillet.com.

Voir le film : <https://youtu.be/z0E4sOI6hQ>

Informations et demandes d'interviews :

Pierre-Emile Faroult – 02 30 96 01 91

pierre-emile@kelbillet.com

A PROPOS DE KELBILLET

Train. Bus. Covoiturage. Avion. Tout est là. A chaque recherche KelBillet compare les horaires et les prix de tous les modes de transport.

Avec 3,5 millions de visites par mois, KelBillet est le premier comparateur européen de trajets entre 100 et 1000 kilomètres. Son audience a augmenté de 500 % en cinq ans.

En 2015, KelBillet a créé deux nouvelles offres : gopili pour le marché européen, et kelbus.fr qui réunit sur un seul site les offres de trajets en bus longue distance.

Espace presse & kit média : <http://www.kelbillet.com/blog/espace-presse-kit-presse/>

Contact presse : Pierre-Emile Faroult - pierre-emile@kelbillet.com - +33 2 30 96 01 91

