

PayPal

IA et analyses prédictives :

le futur des paiements pour le secteur du voyage

Comment l'IA peut aider à optimiser
les expériences de paiement
des voyageurs



Sommaire

- 3 Introduction**
- 4 Des expériences de paiement boostées par l'IA**
- 5 Des prédictions basées sur l'IA**
- 6 Assurer la satisfaction des voyageurs**
- 7 La réalité de l'intégration de l'IA**
- 8 Par où débiter pour intégrer l'IA**
- 10 Conclusion**



L'état des lieux dans le secteur du voyage

Réservations, surclassements, achats une fois à destination : le voyage est rempli de moments où les clients peuvent être gagnés, ou perdus. Tous ces moments se doivent d'être plus sur-mesure que jamais : 81 % des clients préfèrent les entreprises offrant une expérience personnalisée, tandis que 56 % des clients deviennent des acheteurs fidèles après des interactions personnalisées.¹

Rien d'étonnant à ce que le secteur plébiscite l'IA et les analyses prédictives. Ces outils permettent d'anticiper les demandes, de personnaliser les options de paiement en temps-réel, d'identifier la fraude avant qu'elle ne se produise et d'optimiser les taux d'autorisation, transformant les paiements en véritable moteur de croissance.

Mais à quelles étapes ces outils peuvent-ils générer le plus de valeur pour les paiements lors des voyages ?

¹ Forbes, "The Personalized Customer Experience: Consumers Want You To Know Them", 2024. Disponible sur : <https://www.forbes.com/sites/shephyken/2024/04/14/the-personalized-customer-experience-customers-want-you-to-know-them/> (Consulté en juillet 2025)

Des expériences de paiement boostées par l'IA

L'IA transforme la façon dont les entreprises interagissent avec leurs clients, fluidifie les opérations et permet d'offrir des expériences de paiement personnalisées.

Établir de nouvelles connexions avec les clients

Les outils d'IA conversationnelle tels que les chatbots et les assistants virtuels sont désormais capables de tout gérer, des demandes de renseignements aux changements de réservation complexes. Disponibles 24h sur 24, ils réduisent les temps d'attente, les coûts de service et offrent une assistance immédiate aux clients.

Des processus de paiement plus intelligents

Des systèmes intelligents analysent les tendances de transactions en temps réel, détectent les anomalies, choisissent le meilleur routage de paiement en fonction du type de carte, de la banque d'origine et du montant de la transaction.

Le résultat ? Des taux d'autorisation élevés, des coûts réduits et moins d'échecs lors des paiements. Pour les entreprises du secteur du voyage en France dont les marges sont faibles, même de petits gains peuvent se traduire par une augmentation significative des revenus.



Des expériences de paiement personnalisées

Grâce à l'IA, les entreprises du secteur du voyage peuvent adapter leurs expériences de paiement en temps réel. Qu'il s'agisse de recommander un mode de paiement (PayPal, portefeuille numérique), d'optimiser l'affichage des devises ou de proposer des paiements en plusieurs fois.

Lorsque les paiements sont pertinents et familiers, les clients sont davantage enclins à réserver et à revenir. Présenter les bonnes options au bon moment aide à faire passer le paiement d'un point de friction à une opportunité de renforcement de la fidélité client. Ce petit changement dans le processus de paiement peut avoir un grand impact sur les conversions, les dépenses des clients et la répétition des achats.

Des prédictions basées sur l'IA

Les analyses prédictives donnent aux entreprises du secteur du voyage la possibilité d'anticiper les futures tendances et d'agir avant une perte éventuelle de clients.

Anticiper les besoins des clients

L'IA analyse l'historique de réservation, les recherches des clients et les tendances saisonnières afin d'anticiper les comportements des voyageurs, avec pour objectif de :

- Prédire quels modes de paiement seront plébiscités en fonction des parcours et des destinations
- Optimiser la fluidité des paiements pour répondre aux attentes des clients
- Anticiper la demande pour offrir des services supplémentaires, tels que les surclassements

Des prix qui correspondent à la demande

Des modèles de prix dynamiques ajustés en temps réel en fonction de la demande, de la concurrence et de la valeur client permettent de :

- Augmenter l'adoption d'offres haut de gamme
- Encourager les réservations répétées avec des offres sur mesure
- Aligner les modes de paiement afin de fidéliser les clients



Assurer la satisfaction des voyageurs

Les analyses prédictives peuvent identifier les clients à risque d'abandonner leur panier ou de ne pas revenir afin de :

- Repérer les signes avant-coureurs lors du processus de réservation
- Déclencher des offres ou des réductions afin d'inciter les clients à poursuivre leur achat
- Réduire les abandons de panier et renforcer la fidélité client

L'impact sur les voyageurs

Chaque paiement façonne l'expérience des voyageurs.
L'IA aide à supprimer les frictions, sécurisant les clients sans les ralentir.

Un parcours de paiement sans frictions

De la réservation à l'embarquement, les voyageurs multiplient les points de paiement, chacun pouvant être une source d'émotions positives, ou de frustration. Les systèmes de paiement boostés par l'IA aident à fluidifier les interactions, réduire les taux d'abandon et booster la satisfaction. Les portefeuilles numériques montrent la voie, offrant un paiement rapide et facile qui augmente les taux de conversion.

Toucher les clients là où ils sont

L'IA permet aux voyageurs de payer selon leurs envies, sans être sans cesse redirigés ou interrompus. Cette approche contextuelle du commerce marie les paiements à l'expérience, que ce soit lors de la réservation d'une excursion via une application ou pour un surclassement lors d'une escale.

Prenez de l'avance sur la fraude grâce à l'IA

L'IA analyse des centaines de points de données en quelques millisecondes pour évaluer les risques et envoyer des demandes de vérification instantanées en cas de besoin. Une approche intelligente visant à maintenir la sécurité et la rapidité des paiements, ainsi que la fidélité client.



La réalité de l'intégration de l'IA

Research and Markets a évalué le marché de l'IA dans le secteur du voyage à

123,72 milliards de dollars en 2024

et prévoit une croissance jusqu'à

165,93 milliards de dollars en 2025.²

Cela représente une opportunité significative pour les entreprises de réimaginer les paiements, mais pour cela, elles doivent disposer des bonnes personnes, de processus adaptés et de partenaires fiables.

² Research and Markets, 'Artificial Intelligence (AI) in Travel Market Report 2025', 2025, disponible sur : <https://www.researchandmarkets.com/reports/6035331/artificial-intelligence-ai-in-travel-market> (Consulté en juillet 2025)

³ Twilio Segment, 'The State of Personalization 2024', 2024, disponible sur : <https://segment.com/state-of-personalization-report/> (Consulté en juillet 2025)

Commencez avec vos équipes en interne

Les compétences sont la clé d'une intégration de l'IA réussie.

En 2024, **73 % des cadres dirigeants** estimaient que l'adoption de l'IA allait fondamentalement transformer les stratégies de personnalisation et de marketing.³

- De nombreuses entreprises du secteur du voyage font face à un manque d'expertise à la fois en matière de paiements et d'IA
- Mettre en place des équipes multifonctionnelles avec un savoir-faire technique et une bonne connaissance des paiements permettra de débloquer toute la valeur de l'IA

Embarquez les clients avec vous

Les voyageurs sont ouverts aux paiements boostés par l'IA, mais la confiance est essentielle.

- Soyez transparent à propos de l'utilisation de l'IA et de ses avantages
- Expliquez comment cela aide à protéger les transactions tout en accélérant les réservations
- Les premières bonnes expériences font la fidélité à long terme

Faites de la place à l'IA dans votre entreprise

L'adoption de l'IA demande des changements technologiques et opérationnels tels que :

- Sortir des silos pour accélérer l'adoption
- Engager les équipes autour d'objectifs communs afin d'assurer que l'IA est intégrée, pas seulement implémentée

Le résultat ? Des paiements plus fluides, des opérations plus rapides et des clients plus satisfaits.

Par où débiter pour intégrer l'IA

Pour une stratégie efficace en matière d'IA, commencez par visualiser clairement le parcours des voyageurs. Vous devez identifier à quel moment les clients :

- 1** Sont face à des obstacles
- 2** Abandonnent leur réservation
- 3** Posent le plus de questions
- 4** Sont frustrés par l'expérience de paiement

Une fois que vous avez obtenu ces informations, vous pouvez adapter vos investissements d'IA afin de cibler directement vos plus grandes opportunités d'amélioration.





Visez d'abord les gains rapides

Obtenir des gains rapides aide à booster la motivation et à prouver la valeur ajoutée de l'IA en interne, renforçant ainsi l'adhésion de vos équipes. Visez des cas d'utilisation produisant des résultats mesurables en 3 à 6 mois :

- **Un routage de paiement intelligent** sélectionne le meilleur type de traitement pour chaque transaction, boostant les taux d'autorisation sans perturber l'expérience des clients
- **La surveillance ciblée de la fraude** ajuste l'intensité en fonction de l'historique et du type de transaction, évitant les refus injustifiés pour les voyageurs n'ayant rien à se reprocher
- **La récupération de panier abandonné** identifie pourquoi une réservation a été abandonnée, des options de paiement manquantes aux frais inattendus, et déclenche une stratégie de récupération personnalisée

Visez les opportunités à long terme

Bien que les gains rapides soient importants, les gains les plus importants proviennent des capacités de l'IA nécessitant de plus longues implémentations (12 à 18 mois) :

- **La personnalisation prédictive** peut proposer la bonne option de paiement au bon moment, comme le paiement en plusieurs fois pour les voyages plus chers, ou l'affichage automatique de la devise préférentielle
- **Les paiements invisibles**, lorsque les paiements se fondent naturellement dans l'expérience de voyage, comme les surclassements ou les achats à destinations facturés automatiquement
- **La gestion proactive des exceptions** qui identifie les problèmes potentiels, tels que des autorisations de paiements échouées ou des erreurs dans les données de réservation, afin de les résoudre avant même que le client ne s'en aperçoive

L'importance de trouver l'équilibre

Il est essentiel de se rappeler que l'IA devrait toujours améliorer l'expérience client, sans remplacer la touche humaine. Les entreprises du secteur du voyage peuvent vouloir :

- **Automatiser les tâches routinières** telles que la confirmation de réservation ou les ajustements de prix, réservant ainsi l'intervention humaine pour des problèmes plus complexes
- **Proposer des options de contact claires** telles qu'un numéro de centre d'appel ou un chat en direct en plus d'un flux de réservation boosté par l'IA
- **Suivre les meilleures pratiques du secteur** et les recommandations de conformité telles que le **EU AI Act**, assurant un usage de l'IA transparent, explicable et digne de confiance
- **Mettre en place des mesures de sécurité propres au secteur du voyage**, par exemple les outils de tarification automatique devraient toujours permettre au client de parler à un représentant avant de finaliser une réservation à un tarif plus élevé

Ces stratégies sont fondamentales pour faire la différence dans ce secteur

Pour les entreprises françaises du secteur du voyage, l'IA et les analyses prédictives sont devenues indispensables pour rester compétitif. Intégrées aux systèmes de paiement, elles ont la capacité de transformer tout moment de friction en opportunité de personnalisation, de gain d'efficacité et de croissance du revenu.

PayPal Open vous apporte une fondation sur laquelle vous appuyer pour mettre tout ceci en action. Du routage intelligent des paiements à la protection avancée contre la fraude en passant par des options de paiement flexibles, PayPal Open est conçu pour vous aider à exploiter pleinement le potentiel de l'IA tout en offrant les expériences que vos clients attendent.

Avec le bon partenaire et une vision claire, vous pouvez passer de l'expérimentation de l'IA à des résultats tangibles, des conversions boostées et une fidélité renforcée, ouvrant ainsi la voie vers une nouvelle génération de voyages.

Envie de voir ce que les paiements boostés par l'IA peuvent apporter à votre entreprise ?

Contactez-nous dès aujourd'hui

PayPal

This content is provided for informational purposes only.
You should always obtain independent business, tax, financial, and legal advice before making any business decision.

