

Clickbye recherche des fonds pour vous faire voler à moindre coût

Clickbye est un nouvel outil de recherche de vols, pour l'instant développé pour le système Android. L'idée est de faciliter la vie des voyageurs en offrant une approche nouvelle et intuitive de la recherche de vols. En campagne de crowdfunding sur Ulule, la jeune pousse cherche à réunir 6 000 euros avant dimanche.

Clickbye veut permettre aux gens de voyager plus souvent et plus facilement. Le service propose au voyageur de définir ses dates et d'indiquer son budget. C'est en fonction de ces deux paramètres que la plateforme proposera des séjours adaptés. L'entreprise mise également sur le social en offrant la possibilité de partager ses découvertes, via une messagerie instantanée interne mais également via Whatsapp ou encore Facebook Messenger. Pour les baroudeurs réguliers, un profil peut être créé : on y précise ses critères de voyages et, à une fréquence définie par l'utilisateur, on peut recevoir des « bons plans » personnalisés.

» Tout est parti d'une simple recherche de vols pour partir en week-end. Dates et budget connus mais sans aucune destination précise. Nous avons donc fait quelques recherches mais n'avons trouvé aucune application répondant à ce besoin et qui soit en plus intuitive et orientée vers le client. Clickbye est né «

Nessim Medjoub, porteur du projet

La startup a pour ambition de devenir partenaire du plus grand nombre de compagnies aériennes en apportant une plus-value aux voyageurs. Clickbye envisage à moyen terme l'internationalisation de son service mais préfère

« avant tout (se) concentrer sur la France, la Belgique et le Luxembourg. »

Afin de continuer le développement de son application de recherche de vols, Clickbye a lancé une campagne de financement sur le site de crowdfunding Ulule. La jeune pousse espère récolter 6 000 euros avant le dimanche 31 juillet. Ces fonds devraient permettre à Clickbye de créer un produit viable présentant les fonctionnalités de base. Une première version Android de l'application aiderait la startup à se rendre compte des fonctionnalités finalement inutiles mais surtout de mettre en avant celles qui représentent une valeur ajoutée pour l'utilisateur final, le voyageur. En fonction des paliers qu'atteindra la campagne, la startup prévoit de développer une version iOS de son application puis une version desktop.