Toog démocratise les loisirs à prix réduit grâce au Yield Management

Après plusieurs mois successifs d'inflation des prix, les Français souffrent d'une perte de pouvoir d'achat. Les loisirs deviennent alors un des premiers postes de réduction de dépenses des ménages. Pour lutter contre ce phénomène et donner la possibilité aux consommateurs de profiter de loisirs à prix avantageux, Toog propose son application de « Yield Management du loisir ».

Temps de lecture : minute

11 juillet 2023

Le mécanisme du Yield Management (optimisation des horaires ou encore prix dynamique en VF) est une pratique commune sur le secteur de l'hôtellerie, des transports, des restaurants (TheFork) ou encore de la coiffure (Kiute). Cependant, le secteur des loisirs, qui est un des premiers secteurs subissant de plein fouet la baisse du pouvoir d'achat, reste imperméable à ce mécanisme.

Le marché est pourtant porteur : celui des loisirs indoor et outdoor représente 34 milliards d'euros en France pour 530.000 entreprises sur ce secteur, et les Français dépensent en moyenne 619 euros par an pour leurs loisirs … même si ce budget tend à se réduire de mois en mois. C'est ce paradoxe qui donna l'idée de Toog à Benjamin Gueroui.

" *Dès qu'on a eu l'idée de Toog, on a très rapidement appelé des professionnels des loisirs pour leur pitcher le concept. Ils ont tous adhéré au projet. Quelques semaines plus tard, on quittait nos CDI pour se lancer.* ", se rappelle Benjamin Gueroui, fondateur de Toog. " *Le nom de*

Toog a été choisi en référence à “Together” la convivialité et le fait de pouvoir faire des loisirs même en étant seul. C’est seulement au lancement (quelques mois plus tard) que nous avons eu des retours utilisateurs nous demandant si Toog était une référence à Too Good To Go. A ce moment-là, on a réalisé que ce serait compliqué au niveau du SEO mais c’était déjà trop tard ! ".

Le fondateur de Toog s’est rendu compte qu’il faisait, avec ses amis, toujours les mêmes activités. En effet, les activités étant réservées au dernier moment, il était impossible de planifier certaines activités, soit par manque de personnes, soit par manque d’anticipation pour la réservation (paintball, escape game, …). " *C’est là qu’on s’est dit qu’on allait rendre accessibles tous les loisirs ! On voulait les rendre accessibles en termes d’infos, de réservation et de prix.* ", décrypte Benjamin Gueroui, fondateur de Toog. " *Il fut un temps où Groupon était l’acteur de référence sauf qu’il a eu un positionnement de “déstockeur”. Sauf qu’en achetant des tickets à -50% sur Groupon, les visiteurs venaient en heures pleines. Toog : le concept est très simple : quand on se demande : “On fait quoi ce soir ?”, on lance Toog.* ".

Proposer la réservation de dernière minute pour générer des économies

La startup propose une application qui recense plusieurs centaines d’offres d’activités loisirs à prix réduits : karting, paintball, escape game, atelier peinture, spa dans de la bière, surf dans Paris, … L’application, en plus d’offrir des idées de sortie en dernière minute, permet de réserver en deux clics des bons plans. Enfin, si les utilisateurs (appelés les Toogers) de la plateforme ne sont pas suffisamment nombreux pour profiter d’une activité de groupe, ils pourront se regrouper avec d’autres Toogers. Consciente de l'inflation actuelle, Toog permet de réaliser des économies d’en moyenne 50 %.

" *On a une approche vertueuse en permettant aux professionnels des loisirs d'utiliser leurs places restantes ou leurs heures creuses pour attirer une nouvelle clientèle.* ", complète Benjamin Gueroui. " *Le secteur est, malgré lui, en pleine mutation. Là où les professionnels voyaient le Yield Management comme une "dégradation de leur offre", ils commencent à comprendre que l'insatisfaction client est la même lorsque tout le monde vient le même jour et à la même heure dans leur lieu. Baisser ses prix en heures creuses ne revient pas à "dégrader son offre", bien au contraire, ils s'assurent d'une satisfaction client optimale tous les jours de la semaine* ".

Après une première levée de fonds de 100.000 euros en septembre 2021, la jeune pousse s'est développée à Agen et dans le Périgord. Depuis novembre 2022, l'application est présente à Bordeaux, puis s'est lancée à la conquête de Paris et Toulouse depuis mars 2023. Avec plus de 300 partenaires en France et une nouvelle levée de fonds datant d'avril, Toog dispose de ressources lui permettant de consolider sa présence sur ces différentes villes tout en favorisant le lancement d'une offre de gestion des anniversaires d'enfants. Elle souhaite également renforcer son service de cohésion au sein des entreprises.

À lire aussi
Nannybag étend son service de consigne pour bagage à 20 nouveaux pays

---

Article écrit par Guillaume Cossu