

INDEX THÉMATIQUE

- Stratégie e-commerce
 - La vie des acteurs
 - Portraits d'entrepreneurs du Web
- Mobilité
- Marketing interactif
- Veille et tendance
- La vie de la profession
- Marché - indicateurs
- Ressources humaines
- Solution e-commerce
- Agences interactives
- Indicateurs

MAGAZINES



Voir le sommaire

- N°29 - mai
 - Lire tous les articles
 - Découvrir le magazine
 - S'abonner
- Versions numériques
- Boutique

Accueil > L'Actu > ARTICLES À LA UNE

RENCONTRE EN LIGNE

STRATÉGIE E-COMMERCE > La vie des acteurs

Parship intensifie son développement

Par Martine FUXA, 09/06/2011

Le site de rencontre en ligne a fêté ses dix ans. Allemand d'origine, Parship est parvenu au fil du temps à s'étendre dans de nombreux pays comme la France, l'Italie, etc. Avec le récent rachat de One2Like, le site met l'accent sur les réseaux sociaux.



Très codé. Tel pourrait être le premier ressenti en étudiant le marché de la rencontre en ligne. Et pour cause. Certains acteurs investissent le segment du "flirting", quand d'autres préfèrent miser sur le "dating" (rencontre) ou encore le "matching" (rencontre affinitaire). Au total, le marché des cœurs à prendre (17 millions de Français) reste très éclaté. Plus de 100 sites proposent leurs services pour catalyser les rencontres et cela malgré la domination marquée de Meetic, (racheté en mai 2011 par Match, NDLR). Les non initiés peuvent donc s'abstenir.

Dans ce panorama, Parship défend sa spécificité : la rencontre sérieuse pour une cible de célibataires âgés de 38 à 49 ans. Les adeptes des rencontres éphémères passeront leur chemin. Le site soigne son image "psy" et communique sur la rencontre à long terme. « Il faut éduquer le marché, cela prend du temps », souligne Sandra Yonter, directrice générale de Parship.fr.

Montrer patte blanche

Concrètement les prétendants doivent passer des tests psychologiques en ligne, durant une petite demi-heure. L'internaute voit ainsi broser son profil psychologique et amoureux. Et on lui suggère des mises en relation avec des profils en adéquation avec le sien. « Nous proposons à chaque membre une vingtaine de profils et nous favorisons le vouvoiement. 74 % de nos profils ont au moins un bac + 4 », ajoute Sandra Yonter.

Quant au coût du service, il favorise lui aussi le long terme... Pour y accéder, l'internaute doit déboursier 119 euros pour trois mois, 149 euros pour six mois et 238 euros pour un an. Et cela marche. Du côté de ses résultats, le site affiche, en effet, une bonne santé. Avec un chiffre d'affaires de 56 millions d'euros en 2009, Parship



À LIRE AUSSI

- L'Appli ShakeCoeur "secoue" les célibataires de votre réseau d'amis
- Social matching et mobile : le cocktail gagnant pour Meetic
- Meetic facilite les rencontres avec son application iPhone
- Meetic : un jeu et une star à rencontrer
- Nouvelle levée de fonds pour Smartdate

RUBRIQUE EMPLOI SUR ECOMMERCEMAG.FR

EN PARTENARIAT AVEC JOBITREE



Candidats : découvrez des centaines d'offres d'emplois spécialisées dans le e-commerce

Recruteurs : déposez votre annonce. 300 € H.T. 2 mois de parution sur nos 6 sites.

Accédez à la rubrique Emploi

ARTICLES LES +

PLUS PLUS COMMENTÉS PLUS PARTAGÉS

- eBay rachète Magento
- "Les moteurs de recherche intègrent progressivement les réseaux sociaux"
- Groupon.fr lance Groupon Voyages
- Toutes les tendances du e-commerce et du m-commerce
- L'École européenne des métiers de l'Internet (EEMI) présente son programme

Tribunes d'experts

Espace de libre expression sur tous

revendique plus de 10 millions de membres en Europe. Parallèlement, et c'est aussi sa spécificité, Parship.fr est parvenu, au fil des ans, à nouer des partenariats avec des titres phares de la presse française comme le Figaro, le Monde, Libération ou encore Psychologies magazine. Cette activité en marque grise basée sur un modèle de partage de revenus pèserait aujourd'hui 30 % du chiffre d'affaires du groupe.

Sociabiliser et mutualiser

Mais cela n'est pas tout. Car la compétition est rude et les gros acteurs de la [rencontre en ligne](#) ne peuvent ignorer la montée en puissance des réseaux sociaux. C'est pourquoi **Parship a racheté en février 2011, la société 12Like**, un réseau basé à Berlin qui compte 40 salariés. « Notre objectif est d'avoir des passerelles entre 12Like et Parship. Nous souhaitons également avec ce rachat augmenter notre rentabilité en mutualisant nos coûts d'acquisition et en valorisant nos bases de données », explique Sandra Yonter. Même si le portail qui cible une clientèle mûre et en demande de réassurance compte utiliser les réseaux sociaux à leur juste place, ils n'en restent pas moins importants, notamment pour rationaliser les coûts marketing.

12Like éditeur du site on2like.com, se présente comme un service de rencontre affinitaire sur Facebook, « pionnier en matière de relations sérieuses et haut de gamme via Facebook », officiant en sept langues et sur les quatre continents. Le site part d'un postulat relativement simple. C'est sur Facebook que les célibataires ont le plus de chance de faire des rencontres. Il propose un service de test de personnalité en images et favorise la mise en relation, une activité ou les synergies possibles avec Parship tant en termes d'expertises sur les tests psychologiques que concernant le suivi des membres sont nombreuses. À l'étude également d'ici la fin 2011, de nouveaux projets devraient voir le jour. « Ce sont de nouveaux services destinés à apporter aux membres une plus value dans l'accompagnement, la réassurance et la garantie de service », explique Sandra Yonter. Alors une seule question en suspens. À quand le satisfait ou remboursé ?

Mots clés : [Parship](#) | [Rencontre en ligne](#)

» [A lire aussi sur le thème «Stratégie e-commerce»](#)

» [A lire aussi sur le thème «La vie des acteurs»](#)



COMMENTAIRES DES LECTEURS (0)

Aucun commentaire à ce jour



RÉAGISSEZ

Nom ou pseudo

Votre pseudo sera visible à côté de votre commentaire.

Email

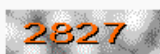
Votre email ne sera pas publié.

Titre du commentaire

Contenu

Test antispam

Recopiez la valeur suivante :



M'alerter lors de la publication de mon commentaire

» Valider

M'alerter de la mise en ligne d'un nouveau commentaire sur cet article



les thèmes de votre univers professionnel.

» Consulter



» Interviews vidéo

Découvrez nos dernières interviews vidéos.

» Consulter



» Les entreprises communiquent

» Consulter les communiqués

Déposez vos communiqués

SONDAGE

La "digital mum" est-elle une vraie nouvelle cible marketing ?

Oui

Non

» Voter

Voir tous les sondages

Voir le résultat



VOS RÉACTIONS

eBay rachète Magento

Un super boost en avant pour la plus flexible et abordable plateforme du marché ! Succès Magento !!! ;-)

Gregory - 10/06/2011

Domyos choisit Effiliation pour réaliser sa campagne d'affiliation

On peut se demander qui va relayer cette offre ? L'opération marketing de Domyos alias Decathlon bien qu'alléchante sur le papier n'a aucun intérêt à ...

Cath75 - 25/05/2011

Le Printemps mise sur son "social catalog"

Je ne comprends pas quelle est votre démarche avec ce "e-catalogue" ? Pour ma part, on ne peut pas vraiment parler de e-catalogue justement : les ...

Faitesdescatalogues - 16/05/2011

PERFORMANCE, E-BUSINESS ET MARKETING




N'hésitez plus ...

Découvrez toutes les techniques pour développer à la fois votre force de vente et votre e-business pour mieux conquérir et fidéliser votre clientèle!!!

» Abonnez-vous!

La section 'Commentaires' est un espace de discussion portant sur le thème de l'article, la rédaction du site se réserve donc le droit de supprimer tout message hors-sujet ou ne respectant pas nos **règles d'utilisation**, en particulier en cas de propos diffamatoires ou injurieux.

 Retour haut de page

» Formations

PARIS du 18/07/2011 au 16/09/2011

GESTIONNAIRE PAIE ET ADMINISTRATION DU PERSONNEL

Organisée par CEGOS

[► Consulter](#)

LILLE du 18/07/2011 au 20/07/2011

RESPONSABLES PAIE : ORGANISER ET FIABILISER LA PAIE

Organisée par CEGOS

[► Consulter](#)

PARIS du 18/07/2011 au 22/07/2011

PROGRAMMATION C# AVEC VISUAL STUDIO 2010

Organisée par DEMOS

[► Consulter](#)

[► Consulter toutes les formations](#)

Parus à la Une



"Les moteurs de recherche intègrent progressivement les



Parship intensifie son développement



"Nous pouvons mesurer l'impact des activités marketing sur



MicroWorld.org, le microcrédit à portée de clic



Les Trophées Marketing Magazine : le palmarès



M-commerce : cybermarchands et mobinautes passent à

Tribunes d'experts



eReputation et gestion de crise

Par **Frédéric Foschiani**, Directeur Conseil-Stratégie-formation de QSN-Digital



La grenouille et la marmite ou comment éviter la dépendance à Google

Par **Hervé Bloch**, Président de DigiLINX

Articles les plus lus

- 1 eBay rachète Magento
- 2 "Les moteurs de recherche intègrent progressivement les réseaux sociaux"
- 3 Groupon.fr lance Groupon Voyages
- 4 Toutes les tendances du e-commerce et du m-commerce
- 5 L'École européenne des métiers de l'Internet (EEMI) présente son programme

e-commerce
mag.fr

Rechercher dans les archives 

Contact | Mentions légales | CGU | Partenaires | Liens utiles | Plan du site | Annonceurs | Qui sommes-nous ?

Prestataires e-commerce | Recherches les plus fréquentes | Evaluer votre salaire | Formation professionnelle | Marketing viral et buzz | SNCD | Manager GO! ecommerce | Fédération e-commerce | Marché de l'e-commerce en 2011 | Actualités Fevad

