



SÉJOUR AU SKI : LA MOBILITÉ TOUT SCHUSS



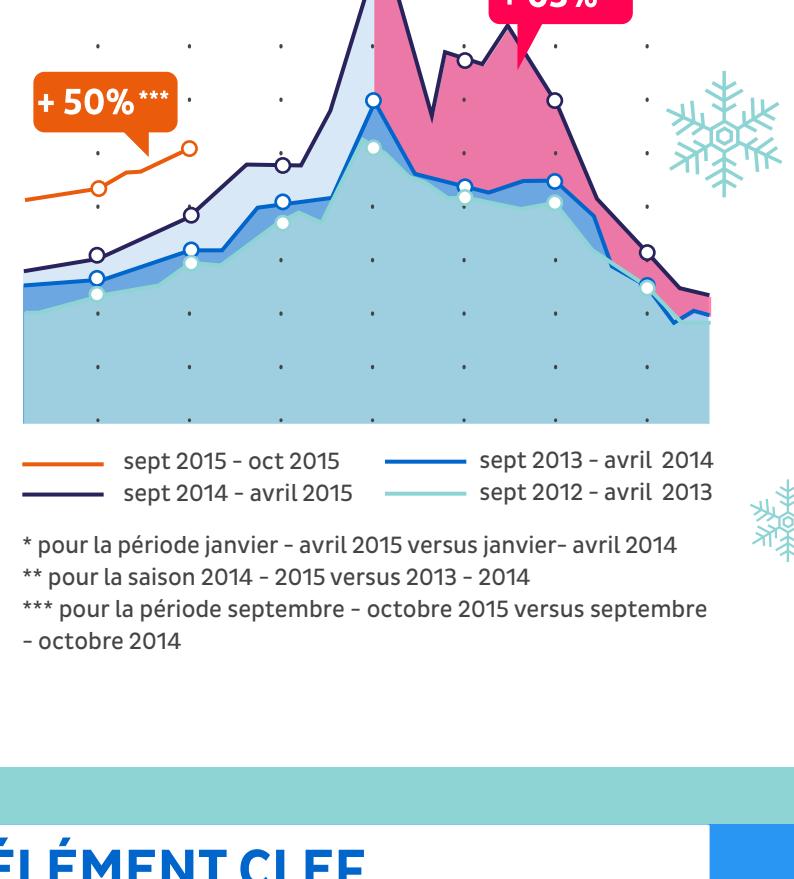
DES REQUÊTES AU BEAU FIXE

UNE CROISSANCE RÉGULIÈRE POUR LE SKI EN 2014-2015



LE SMARTPHONE TIRE LA CROISSANCE DES REQUÊTES SKI¹

Sept Oct Nov Déc Jan Fév Mars Avril

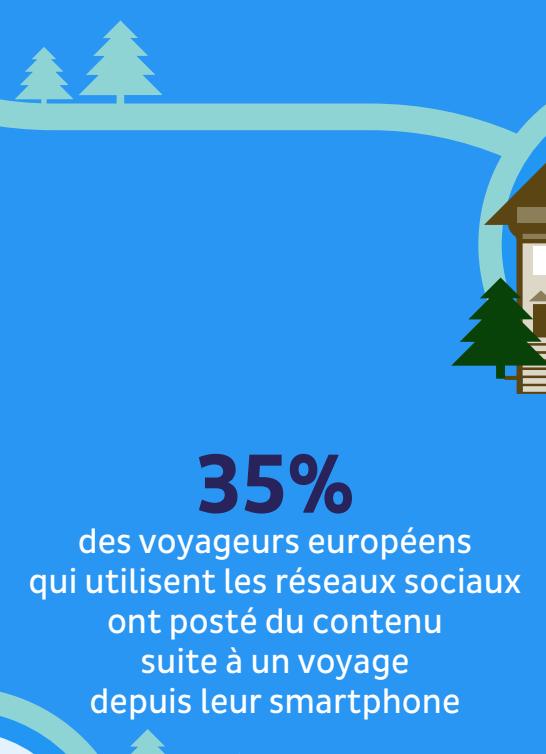


* pour la période janvier - avril 2015 versus janvier - avril 2014

** pour la saison 2014 - 2015 versus 2013 - 2014

*** pour la période septembre - octobre 2015 versus septembre - octobre 2014

LA MOBILITÉ, UN ÉLÉMENT CLEF DU PARCOURS D'ACHAT DES VOYAGEURS³



49% des voyageurs européens ont utilisé un appareil mobile (smartphone ou tablette) à au moins un moment de leur parcours d'achat (recherche, achat)



35% des voyageurs européens qui utilisent les réseaux sociaux ont posté du contenu suite à un voyage depuis leur smartphone

LA VIDÉO, UN INDISPENSABLE POUR LE CONTENU "SKI"



+ 61% de croissance du nombre de vues sur des vidéos liées au ski

1/3 des voyageurs européens ont visionné une vidéo au cours de leur recherche³

23% des voyageurs européens ont visionné une vidéo sur smartphone en 2014³

> + 167% sur mobile⁴

UNE PLACE DE PLUS EN PLUS IMPORTANTE DANS LE PARCOURS D'ACHAT DES SKIEURS !

LE SMARTPHONE DOMINE QUAND IL S'AGIT DE COMPARER ET PRÉPARER SON VOYAGE, PENSEZ-Y !

Sources :

1. Données internes Google, saison comprise entre la première semaine de septembre et la dernière semaine d'avril. 2. Données internes Google, requêtes ski par devices en part de requêtes/total 10000 requêtes (%), à août 2015. 3. Phocuswright - European Traveler Technology survey 2015 (étude globale sur le voyage), 4120 samples en Europe. 4. Données internes Google, nombre de vues sur YouTube de vidéos ski, croissance calculée entre la saison 2014 - 2015 (septembre - avril) et la saison 2013 - 2014 (septembre - avril).

Source : www.thinkwithgoogle.fr

Source : www.thinkwithgoogle.fr

think with Google

thinkwithgoogle.fr