

ACHAT DE VOYAGE : l'aventure commence sur smartphone

1

PROJET DE VOYAGE

le smartphone pour s'inspirer et s'informer



79%
18-29 ans



62%
30-44 ans



40%
45-59 ans

90% des recherches voyages en France se font online¹

51% des voyageurs recherchent sur smartphone²

des voyageurs recherchent un produit voyage sur smartphone²

Rechercher des infos voyage sur smartphone, un réflexe à tout âge !

2

PLANIFICATION DU VOYAGE

le smartphone pour comparer, affiner et se rassurer

Transport, formule, hébergement, activités :
l'heure des choix



47%
des voyageurs de loisirs
planifient leur voyage sur smartphone²

56%
des voyageurs business
planifient leur voyage sur smartphone²



45%
des voyageurs français, qui réservent un séjour, le recherchent sur smartphone²



64%
des voyageurs business recherchent un vol online sur smartphone

La vidéo, canal d'engagement
des voyageurs et facteur d'influence
dans la décision d'achat



46%
des voyageurs de loisirs
consultent une vidéo online pendant leur parcours d'achat²

50%
des voyageurs business
consultent une vidéo online pendant leur parcours d'achat²

3

RÉSERVATION

le smartphone pour déclencher la décision d'achat

Le smartphone,
un bon guide vers l'achat

4,6%

des achats de voyage s'effectuent sur smartphone²

Signes prometteurs :
1/4 des réservations sur smartphone en Europe et aux États-Unis
60% en Chine dès 2017³



Le smartphone, au coeur de l'effet ROPO

71%

des voyageurs, qui font une recherche sur smartphone, agissent après leur recherche :
21% réservent online
20,2% poursuivent les recherches sur d'autres devices²



Des acheteurs plus sensibles au prix que loyaux à une marque

37% des voyageurs recherchent online* et réservent offline²

20% des voyageurs français font des recherches sur smartphone et réservent offline²

66% des voyageurs business, qui réservent un vol,

sont prêts à réserver en dehors de leur marque préférée s'ils trouvent un prix plus intéressant

69% des voyageurs business, qui réservent un hôtel,

sont prêts à réserver en dehors de leur marque préférée s'ils trouvent un prix plus intéressant

4

SUR PLACE

le smartphone pour être accompagné



Parmi les personnes ayant réservé un hôtel²

80% recherchent des infos sur place

43% des voyageurs business recherchent un resto ou un bar

30% des voyageurs loisirs cherchent un lieu à visiter

Pour **79,4%** des voyageurs, le smartphone est plus utile pendant le voyage ou sur place²

D'où l'importance de fournir des informations pertinentes sur les destinations et les activités sur place

Plus que jamais, l'achat de voyage passe par le smartphone
Annonceurs, développez vite ce canal d'acquisition !

Sources :

1. Google/TNS, Mobile Traveler 2016, France, Online Research

2. Mobile Traveler 2016, France

3. Phocuswright, The Mobile Traveler Landscape 2016, mai 2016

Note :

* tous devices confondus