



Description & Bon de commande de l'étude
(tarif spécifique -25%)

"Nouvelles tendances des clients loisir & affaires observées par les Agents de voyages en 2015"



Objectifs de l'étude

- L'évolution du tourisme de loisir et des déplacements & voyages d'affaires est considérable. Pour cette raison depuis 8 ans nous menons cette étude annuelle auprès des **Agents de voyages**
- Nous constatons, à chacune des analyses des résultats, que les Agents de voyages délivrent une **opinion très pertinente** issue de leur **observation quotidienne de l'offre et la demande**
- Leurs relations **face à face**, proches à la fois des **clients** et des **fournisseurs**, leur procurent une **expertise** toute particulière de la meilleure adéquation de l'offre à la demande. C'est cette **expertise** que nous relevons auprès de chacun d'eux et que nous quantifions ensuite avec l'ensemble des réponses
- Cette étude vous permet ainsi de capter toutes les **nouvelles tendances de consommation touristique** et ainsi d'en tenir compte dans l'**élaboration de vos produits & services** et ce de façon **opérationnelle**
- Le terrain s'est déroulé de la **fin juillet à la mi-septembre 2015**





Contenus de l'étude

Les Agents de voyages ont été invités à donner leur opinion sur les **thèmes suivants** qui sont détaillés en questions précises fermées, complétées par des questions ouvertes explicatives.

Certains résultats sont détaillés en **traitements croisés** selon le **type d'agence** (réseau volontaire, réseau intégré grande distribution ou TO ou Agence indépendante), selon la **possession ou non d'un site de vente en ligne** par l'agence, ou selon la **zone géographique** de l'agence (Ile de France ou Province)



1^{ère} partie : les séjours de loisir

Les séjours de loisir des Français

- ✓ Bilan des ventes loisir pour l'été 2015
 - Traitements croisés selon le type de l'agence, la possession ou non d'un site internet par l'agence et la zone géographique de l'agence
- ✓ Évolution de la durée des séjours des clients loisir au cours des 12 derniers mois
 - Traitements croisés selon la zone géographique de l'agence
- ✓ Répartition des destinations réservées par les Français en agences de voyages
- ✓ Les destinations à développer selon les Agents de voyages
 - Traitements croisés selon le type de l'agence et la zone géographique
- ✓ Les formules les plus demandées pour les séjours à l'étranger par les clients loisir (all-inclusive, autotour, city break, sur mesure etc...)
 - Traitements croisés selon la zone géographique de l'agence
- ✓ Les profils de clientèles à privilégier pour des offres thématiques (jeunes, seniors etc.)
- ✓ Les types d'offres que les fournisseurs doivent développer davantage ("early booking", "last minute" ...)

La préparation des séjours en agence

- ✓ Les sujets abordés en priorité afin de proposer la destination la plus adéquate
 - Traitements croisés selon la zone géographique de l'agence
- ✓ La part des clients qui viennent en agence avec un projet précis, déjà préparé sur Internet
- ✓ Le taux de réservation en agence de voyages
 - Traitements croisés selon le type de l'agence, la possession ou non d'un site internet par l'agence et la zone géographique de l'agence
- ✓ Conséquences des événements géopolitiques sur l'organisation des vacances des clients
- ✓ Les "bonnes pratiques" adoptées par les Agents pour faire face aux événements géopolitiques





Le budget / les prix

- ✓ La part des clients qui viennent en agence avec un budget vacances prédéterminé
- ✓ L'aptitude des clients loisir à dépasser leur budget vacances prévu
 - Traitements croisés selon la zone géographique de l'agence
- ✓ Les catégories pour lesquelles les clients loisir ont "monté" ou "baissé" en gamme (transport, hébergement, activités, restauration)
 - Traitements croisés selon la zone géographique de l'agence

Les croisières

- ✓ Les critères auxquels les clients portent le plus d'attention pour le choix d'une croisière
 - Traitements croisés selon le type de l'agence et selon la zone géographique

Les horaires d'ouverture

- ✓ Les adaptations horaires précises réalisées par les agences pour être plus disponibles
 - Traitements croisés selon le type de l'agence et selon la zone géographique
- ✓ Le bilan de ces efforts en termes de réservation

Les aménagements au sein de l'agence

- ✓ Aménagements destinés à augmenter l'efficacité du parcours client en agence de voyages
 - Traitements croisés selon le type de l'agence et selon la zone géographique
- ✓ Le bilan de ces aménagements en termes de réservation

L'accompagnement pendant le séjour

- ✓ Le pourcentage de clients loisir qui prennent contact pendant leur séjour
- ✓ Les raisons des prises de contact des clients pendant le séjour

Les perspectives d'évolutions de l'activité "tourisme de loisir" selon les Agents

- ✓ L'évolution des activités loisir, dans les 12 prochains mois (billetterie, forfait, croisière, hébergements, assurances, location...)
- ✓ Les activités d'outgoing pratiquées par les Agences de voyages
Les activités d'incoming pratiquées en Agence de voyages



2ème partie : les voyages d'affaires

- ✓ Les aspects les plus importants pour les voyageurs d'affaires au cours de leurs déplacements

Le budget / les prix

- ✓ Évolution du budget des clients voyageurs d'affaires sur : le transport / l'hébergement / la restauration / les frais
- ✓ Les dépenses définies dans le cadre d'une "politique voyages"





- ✓ Les consignes données aux Agents de voyages par les voyageurs d'affaires concernant les prix et le confort
- ✓ les principaux avantages des Online Booking Tools

L'internet mobile dans les voyages d'affaires

- ✓ Les contenus pour smartphones jugés les plus utiles pour les clients voyageurs d'affaires (11 types de contenus ont été mesurés)
- ✓ L'influence des smartphones sur l'organisation des déplacements des voyages d'affaires

La détente

- ✓ Les temps de détente prévus par les voyageurs d'affaires
- ✓ La recommandation de la destination après un voyage d'affaires

Perspectives d'évolution de l'activité voyages d'affaires

- ✓ Évolution sur les 12 prochains mois des activités "voyages d'affaires" (billetterie transport, location de voiture et hébergement)
- ✓ Attentes des Agents de voyages pour dynamiser l'activité "voyages d'affaires"



3^{ème} partie : le secteur du tourisme en général

- ✓ Les principales forces perçues par les Agents de voyages
- ✓ Les principales faiblesses perçues par les Agents de voyages
- ✓ La satisfaction des Agents de voyages de travailler dans ce secteur
- ✓ L'étude mesure également la part des agences qui disposent d'un site internet de présentation, de vente en ligne ou non

Cette étude permet de dresser un panorama de l'évolution des clients loisir et affaires, en tenant compte des réponses apportées par les Agents de voyages, distributeurs mais aussi assembleurs de prestations.

Vous pourrez ainsi mesurer les nouvelles tendances et repérer les opportunités à saisir et à mettre en œuvre.





Méthodologie de l'étude

Le terrain de l'étude s'est déroulé de fin juillet à la mi-septembre 2015

Tous les types de réseaux (volontaires, industriels et indépendants) qui constituent le monde des agences de voyages ont été sollicités.

Le questionnaire a fait l'objet, avant son administration, d'un pré-test et d'une validation.

Le Cabinet l'a mis au point au vu :

- des résultats des 8 précédentes études sur les nouveaux comportements de la clientèle loisir et affaires et sur les évolutions du tourisme
- des 13 éditions du Baromètre annuel mené auprès des Français "Courts séjours vacances, nouvelles tendances et e-tourisme"
- de la veille informationnelle quotidienne du Cabinet qui analyse près de 90 sources
- de l'analyse de l'actualité du secteur et de celles des professionnels

Les réponses aux questions bénéficient en analyse de tris à plat, de tris croisés par critères de signalétiques et entre questions.

Les questions "ouvertes" ont été analysées par un chargé d'étude et codifiées, puis quantifiées, présentées sous forme de graphiques et les verbatim restitués dans leur intégralité.

Plus de 100 graphiques PowerPoint des résultats ont été élaborés.





Bon de commande de l'étude Raffour Interactif
Nouvelles tendances des clients loisir et affaires perçues par les AGV
Edition 2015
(tarif spécifique -25%)

(ne retourner que cette page ci)

M (prénom/ nom) :

Fonction :

Organisme :

Adresse précise :

Code Postal :

Ville

Téléphone :

E-mail professionnel personnel :

... **commande** au prix de **1950 euros hors taxes** (soit 2600€ -25%), l'étude complète "Nouvelles tendances des clients loisir et affaires perçues par les Agents de voyages en 2015"

Cette étude est protégée par les droits d'auteur et de la propriété intellectuelle, non cessibles et indivisibles.

Son utilisation est strictement réservée au personnel de l'organisme souscripteur, lui-même tenu au même engagement de non diffusion et de non communication des données.

Le montant forfaitaire perçu permet de partager les coûts de l'étude et de la veille.

L'étude complète est livrée sous 48 heures à la personne indiquée dans ce Bon de commande sous forme d'un fichier PDF contenant le PPT protégé.

Le paiement de la facture s'effectue à fin de mois.

Fait à _____ le _____

Bon pour accord (signature accompagnée du tampon)

Bon de commande à renvoyer par télécopie au 01 47 04 02 28 ou scanné en PJ par mail sur la boîte etudes.raffour@orange.fr ou par courrier

