

Le parcours d'achat : comment les voyageurs planifient et réservent en ligne

Informations clés : voyageurs en location de vacances



Cette étude analyse les comportements des voyageurs le long du parcours d'achat, ce processus complexe et aux multiples facettes, en s'intéressant notamment aux principaux facteurs qui influencent les choix relatifs aux réservations de voyages en ligne.

L'étude menée par Luth Research comprend des données sur les voyageurs en location de vacances recueillies auprès :

- de plus de 700 personnes interrogées ; et
- d'un panel de données numériques de plus de 15 000 membres.

Les voyageurs en location de vacances consacrent près de 40 jours de réflexion à leur voyage et presque 45 jours à son organisation, soit plus que la moyenne des différents types de réservation (hôtels, vols, etc.). La réservation intervient ensuite environ 3 mois avant le départ, soit bien plus tard que la moyenne.



Voyages plus longs et en plus grands groupes



10,7 jours

Durée moyenne du voyage
→ **contre 8,8 jours pour tous les types de réservation.**



3,2 personnes

Taille moyenne des groupes
→ **contre 2,4 personnes pour tous les types de réservation.**



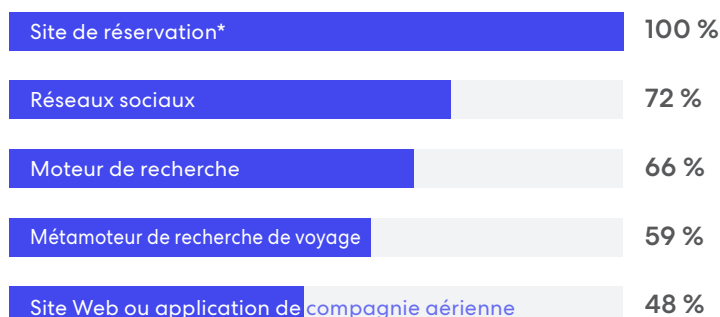
48 %

Voyage en famille
→ **contre 37 % pour tous les types de réservation.**



Ressources utilisées avant l'achat d'un voyage

Les voyageurs en location de vacances sont plus susceptibles que les autres voyageurs d'utiliser les réseaux sociaux et les métamoteurs de recherche de voyage, comme Google Flights et Kayak, pendant leur parcours d'achat.



* Les données numériques considèrent les sites de recherche de locations de vacances comme des sites de réservation.

Ouverts aux idées de destinations

63 %

des voyageurs en location de vacances n'avaient pas de destination précise en tête ou envisageaient plusieurs destinations.

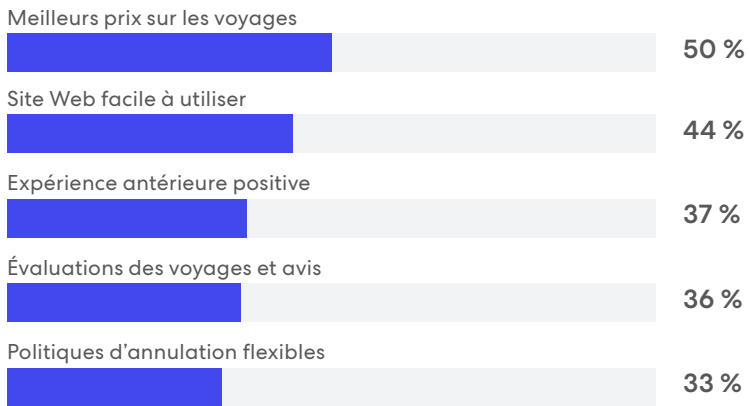
Consommation de contenu supérieure à la moyenne dans les 45 jours qui précèdent la réservation

511 minutes

passées à consommer du contenu sur les voyages.

→ **contre 303 minutes pour l'ensemble des voyageurs.**

Lors du choix de leur destination, les voyageurs en location de vacances accordent plus d'importance que les autres voyageurs à la qualité de leur expérience antérieure.



Les voyageurs en location de vacances sont plus susceptibles d'être influencés par la publicité

 **26 %**

des voyageurs en location de vacances affirment que la publicité a influencé leur décision de réservation.

→ contre 19 % pour l'ensemble des voyageurs.

← Ce qui les influence le plus :



53 %
Belles images



50 %
Promotions ou offres



44 %
Contenu mettant en avant des expériences intéressantes

Les voyageurs en location de vacances dépensent davantage pour réserver à l'aide de leurs programmes de fidélité

40 % des voyageurs en location de vacances sont membres d'un programme de fidélité de voyage comme One Key™.

↑ parmi ces membres :

- **65 % estiment qu'il est important de réserver** auprès d'une marque dont ils sont membres du programme de fidélité.
→ contre 58 % pour l'ensemble des voyageurs.
- **19 % paieraient davantage pour réserver** auprès d'une marque dont ils sont membres du programme de fidélité.
→ contre 12 % pour l'ensemble des voyageurs.

Principales raisons pour lesquelles les voyageurs en location de vacances adhèrent à un programme de fidélité



73 %
Réductions



57 %
Accumulation de points ou de récompenses à valoir sur les prochains voyages



57 %
Offres réservées aux membres



49 %
Surclassements gratuits

Points à retenir

Les voyageurs en location de vacances passent beaucoup de temps à réfléchir aux options qui s'offrent à eux

Assurez-vous que votre annonce est à jour et qu'elle présente les principaux atouts de votre hébergement (et des environs). Et n'oubliez pas de charger votre inventaire et vos disponibilités afin que les voyageurs puissent vous trouver dès qu'ils commencent à planifier leur séjour.

Les voyageurs en location de vacances voyagent en groupes plus larges et séjournent plus longtemps

Dotez votre hébergement de tous les équipements nécessaires pour permettre aux groupes de se sentir comme chez eux. Pensez notamment à proposer un couchage supplémentaire, des appareils de cuisson dernier cri et un espace extérieur fonctionnel. Envisagez aussi d'offrir une réduction sur les séjours de plus de 7 ou 28 jours.

Les voyageurs en location de vacances cherchent à vivre une expérience fluide

Faites en sorte que l'expérience de réservation soit la plus agréable possible. Tirez parti d'outils tels que la réservation immédiate et proposez une politique d'annulation flexible pour offrir une bonne expérience client, obtenir des avis favorables et inciter les voyageurs à revenir année après année.