

criteo.

Why We Book

Les voyageurs à l'épreuve de la fidélité

Enquête sur la fidélité dans le secteur Travel



Les programmes de fidélité sont-ils vraiment efficaces ?

Why We Book

Principaux enseignements

1

Les programmes de fidélité traditionnels ont (presque) la cote.

Notre étude indique que 8 participants sur 10 se disent satisfaits des programmes de fidélité et apprécient les offres qui leur sont proposées. En revanche, plus d'un individu sur quatre oublie s'être jamais inscrit à un programme de fidélité et se désabonne à force de recevoir trop d'emails.

2

Les jeunes voyageurs ne sont pas (encore) convaincus...

Seuls 25 % des 15-24 ans adhèrent aujourd'hui à un programme de fidélité. Plus de la moitié des shoppers Gen Z (52 %) ne profitent pas des avantages de leur adhésion, souvent jetée aux oubliettes.

3

... mais la Gen Z et les Millennials ont du potentiel.

De toutes les générations, les 15-34 ans sont ceux qui augmenteront le plus leur budget voyages en 2019.

4

La fidélité varie selon les pays.

Les programmes de fidélité touchent différemment les voyageurs aux quatre coins du globe, avec des différences notables entre les États-Unis, le Royaume-Uni et la région Asie-Pacifique.

5

Plus c'est simple, mieux ça marche.

Les personnes interrogées affirment ainsi réserver auprès d'une compagnie aérienne, d'un hôtel ou d'un réseau ferré en fonction de la simplicité d'utilisation (la réservation est « plus simple ») et de leurs habitudes (« Je réserve toujours de cette façon »).

Ce qu'il faut retenir

Les programmes de fidélité traditionnels ont (presque) la cote



Les jeunes voyageurs ne sont pas (encore) convaincus...

1 sur 4

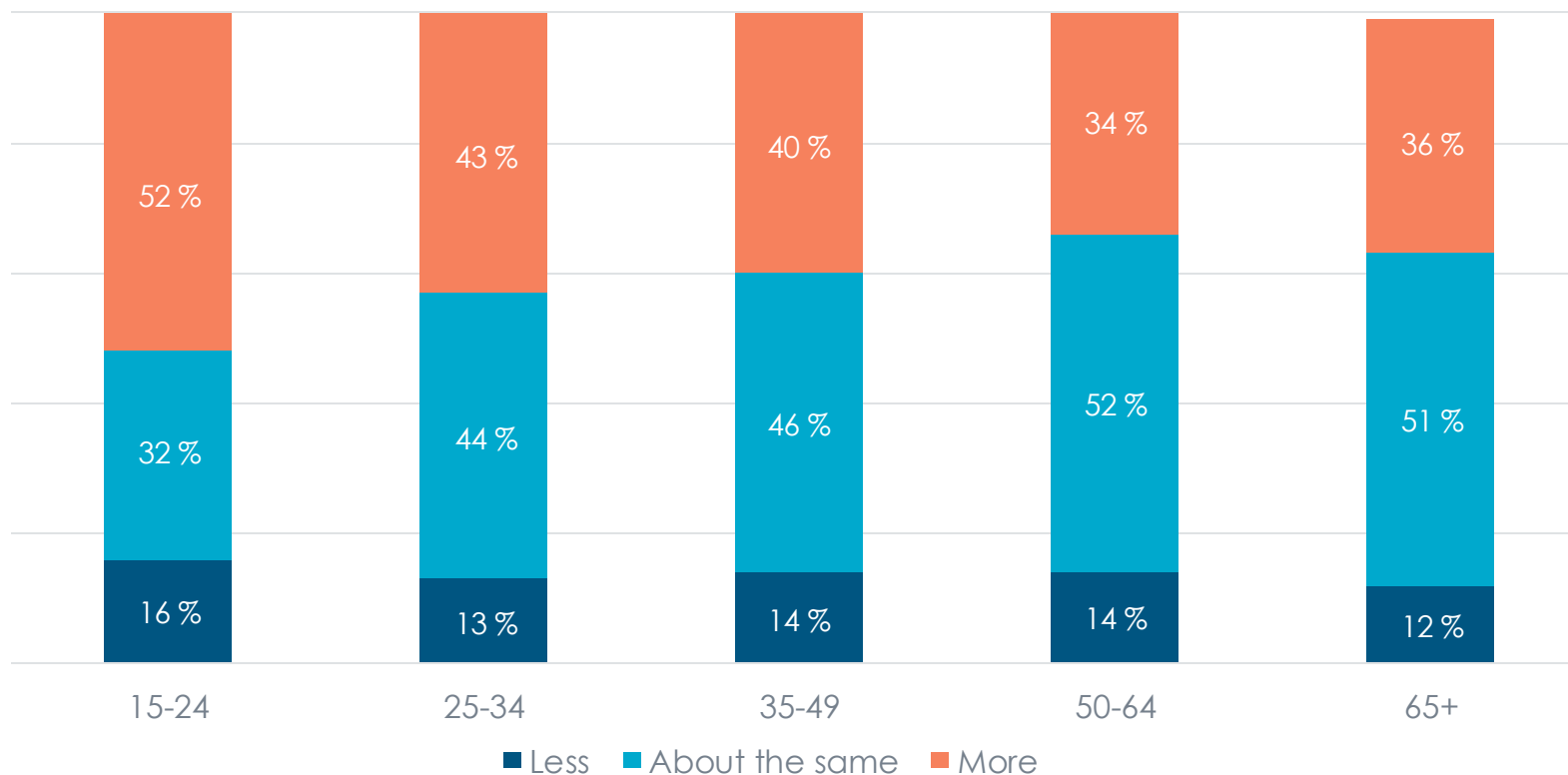
Seuls 25% des 15-24 ans adhèrent aujourd'hui à un programme de fidélité.

52 %

Plus de la moitié des shoppers Gen Z (52 %) ne profitent pas des avantages de leur adhésion, souvent jetée aux oubliettes.

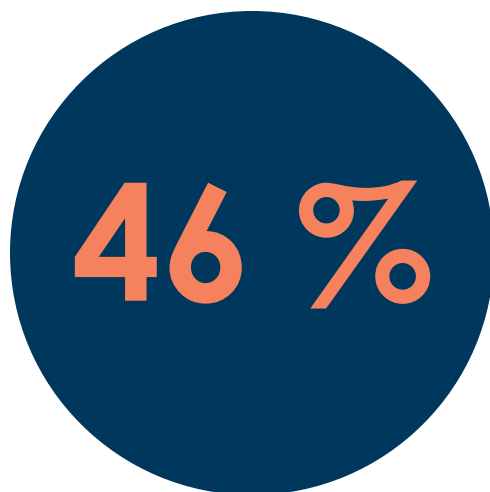
... mais la Gen Z et les Millennials ont du potentiel

Prévisions des dépenses par tranche d'âge



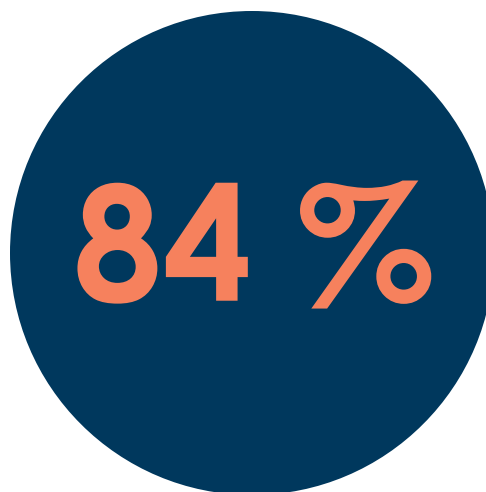
La fidélité varie selon les pays

Aux États-Unis, les programmes de fidélité séduisent.



Près de la moitié des voyageurs américains sont inscrits à au moins un programme de fidélité.

Dans la région Asie-Pacifique, les jeunes adhèrent.



8 jeunes de 15 à 24 ans sur 10 se disent satisfaits de leur programme de fidélité.

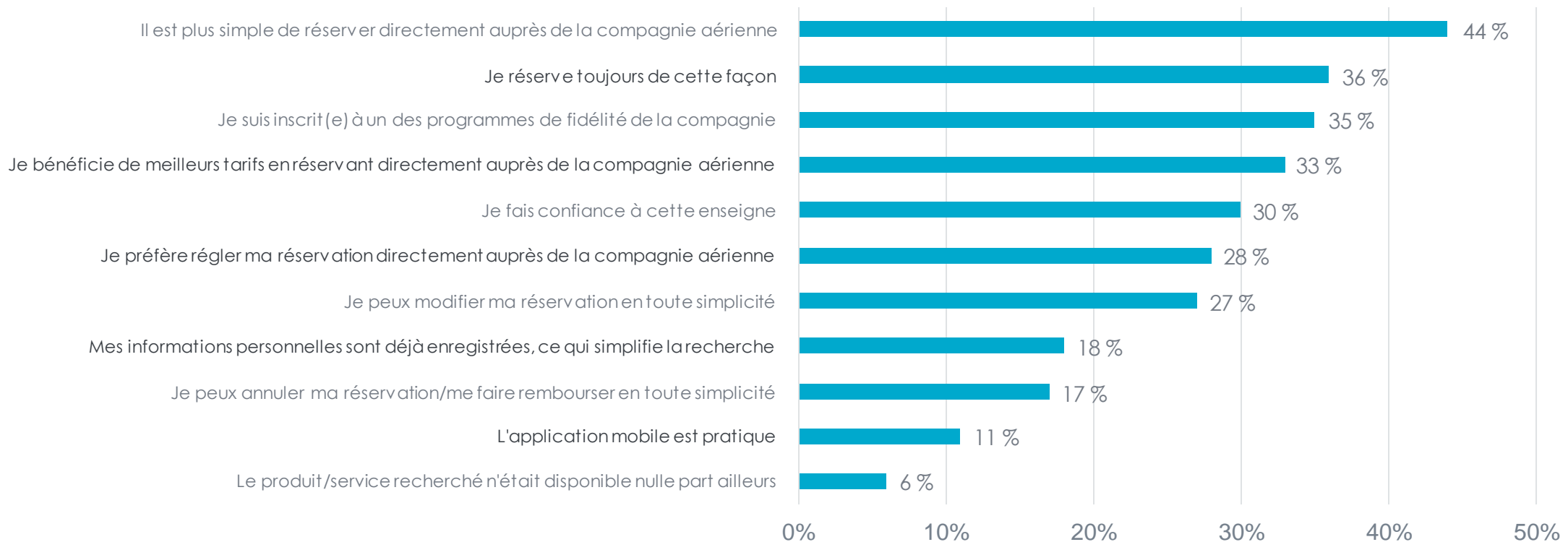
Au Royaume-Uni, les seniors sont les plus fidèles.



La majeure partie des voyageurs britanniques entre 50 et 64 ans apprécient les avantages de la fidélité.

Plus c'est simple, mieux ça marche

Réservation en ligne auprès d'une compagnie aérienne : principales motivations



Conseils

Destination fidélité en 4 étapes

1

Simplifiez la réservation au maximum.

2

Ne vous focalisez pas sur les programmes de fidélité traditionnels.

3

Restez en contact (en évitant le piège de la sur-communication).

4

Proposez des annonces pertinentes.

Merci