

SÉJOUR AU SKI : LA MOBILITÉ TOUT SCHUSS

DES REQUÊTES AU BEAU FIXE

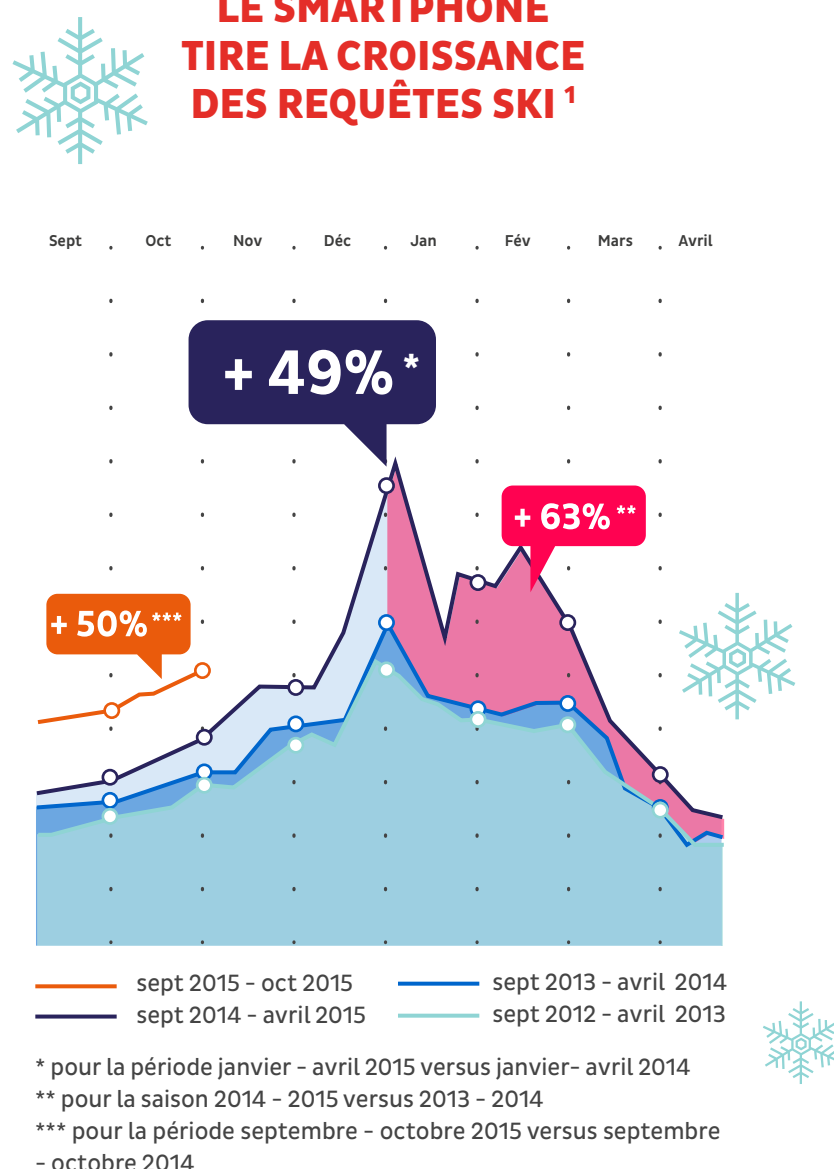
UNE CROISSANCE RÉGULIÈRE POUR LE SKI EN 2014-2015



56% des requêtes sur desktop



LE SMARTPHONE TIRE LA CROISSANCE DES REQUÊTES SKI¹



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)

27% de réservations sur smartphone pour les utilisateurs crossdevice en 2014 en Europe.

48% des utilisateurs qui cherchent un hôtel ont préparé leur voyage sur smartphone

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"



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

+ 61% de croissance du nombre de vues sur des vidéos liées au ski > **+ 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 in Europe 4. Données internes Google, nombre de vues sur YouTube de vidéos skiing, croissance calculée entre la saison 2014 - 2015 (septembre - avril) et la saison 2013 - 2014 (septembre - avril).