

Le but des questionnaires étant d'évaluer :

- Le degré d'influence d'un influenceur digital dans le domaine du voyage sur les voyageurs,
- A quel niveau les voyageurs s'aident des influenceurs pour leur choix de destination ou préparer son prochain voyage,
- Le voyageur est-il prêt à faire confiance à une marque prônée par la ou les publication(s) d'un influenceur voyage sur les réseaux sociaux ?

A. Quelle est la cible questionnée ?

Le questionnaire a été principalement partagé sur les réseaux sociaux :

- Facebook
- Instagram
- YouTube
- Twitter

Sur chacun de ces réseaux sociaux, le questionnaire a été envoyé dans des groupes traitant du voyage ou partagé sur les pages / comptes suivis par des abonnés sensés être intéressés par le monde du voyage.

Il n'y a eu aucun ciblage concernant l'âge, le sexe ou la localisation des internautes.

B. Composition du questionnaire

Comme dit précédemment, le questionnaire a été segmenté en 4 parties.

Le questionnaire a pour objectif de cibler :

- Les internautes présents sur les réseaux sociaux
- Les internautes ayant déjà ayant une connaissance (même infime) des influenceurs
- Les internautes étant intéressés par le domaine du voyage

Dans la quatrième partie du questionnaire, nommé « Ambassadeurs des marques ? », il a été demandé aux questionnés de regarder la publication Instagram d'un influenceur voyage

ainsi que la capture d'écran d'une page de recherche sur YouTube et d'interagir avec cette publication, en leur demandant de cliquer à l'endroit où leur regard est le plus attiré. Nous comprendrons par la suite pourquoi, mais cette demande d'interaction a pour objectif de mettre en situation la cible interrogée, comme si elle était exposé à la publication d'un influenceur en partenariat avec une marque.

C. Exploitation des données

Nous analyserons dans la partie suivante, les résultats pour chaque question posée dans le questionnaire.

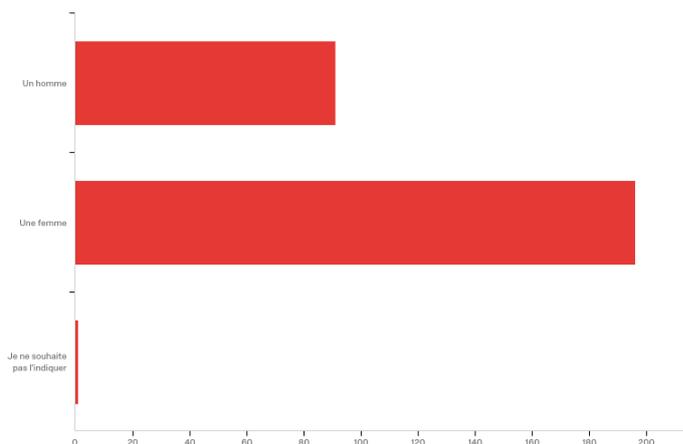
En fonction des résultats, nous confirmerons ou infirmerons les différentes hypothèses avancées.

Il y a exactement **300 internautes** qui ont répondu au questionnaire.

IV. Analyse des résultats

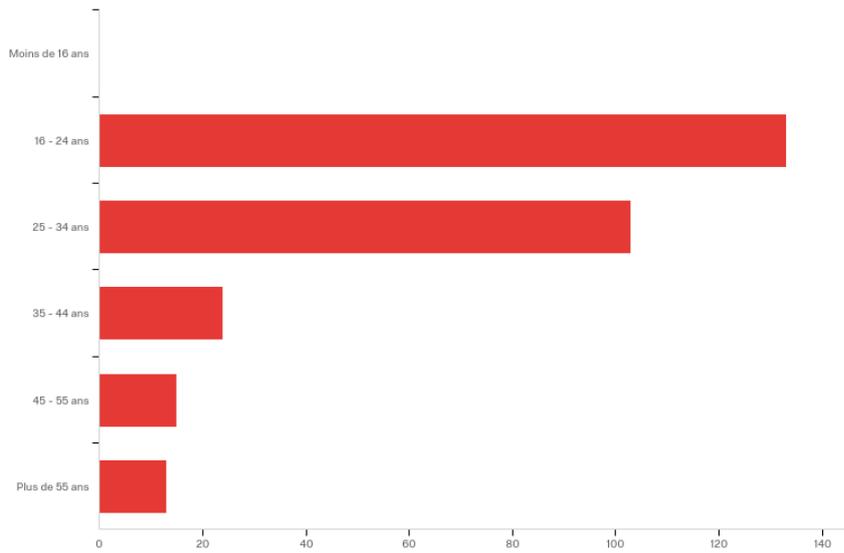
A. « A propos de vous »

Q1 – Vous êtes ...



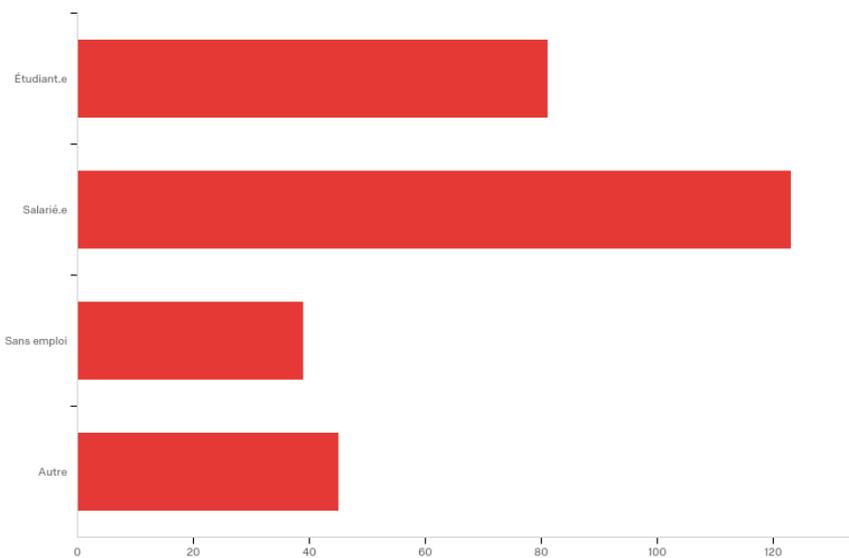
La majorité de la cible questionnée est du sexe féminin.

Q2 – Vous avez ...



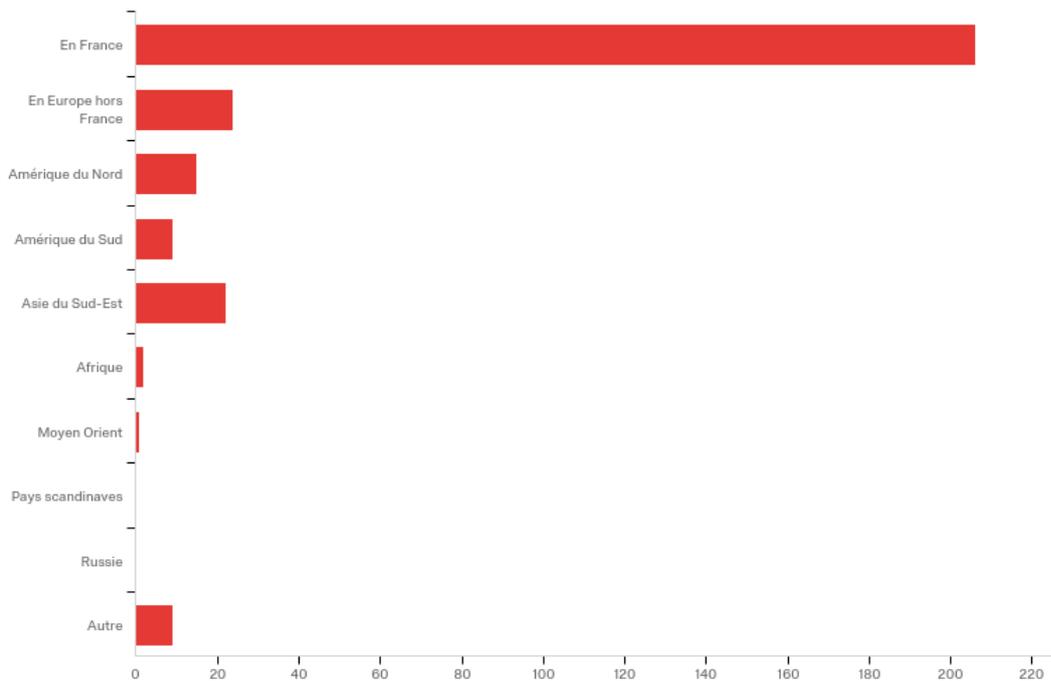
La majorité de la cible questionnée a entre 16 et 34 ans.

Q3 – Votre situation actuelle ...



La majorité de la cible questionnée est salariée ou étudiante.

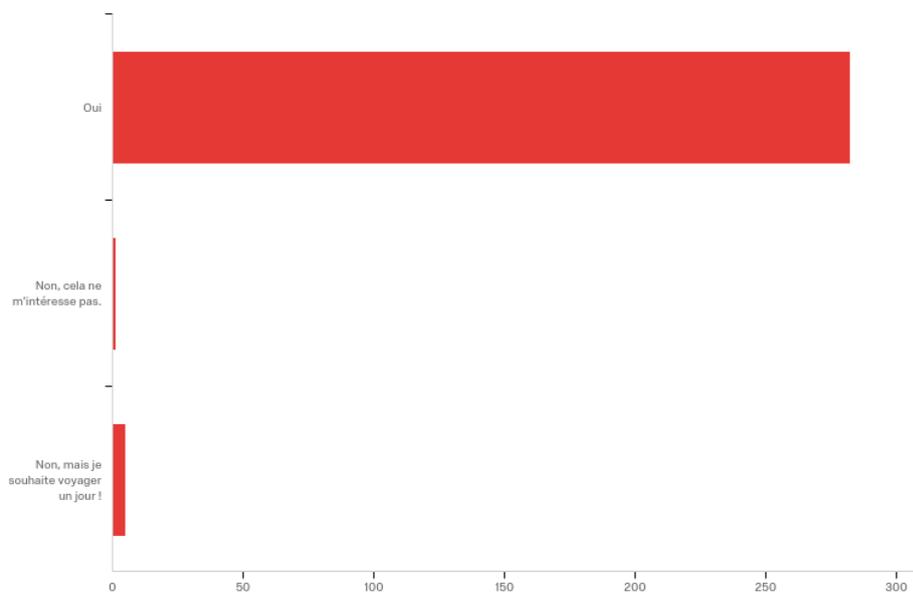
Q4 – Vous habitez en ce moment même ...



La majorité de la cible questionnée réside actuellement en France.

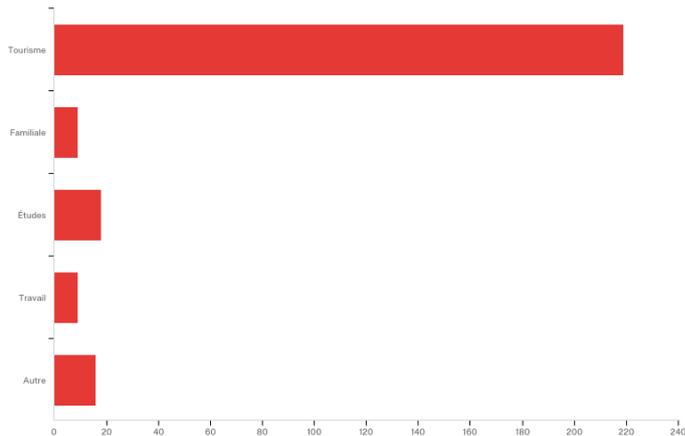
B. « Le voyage »

Q5 – Avez-vous déjà voyagé (si vous planifiez de voyager un jour, cocher : "Non, mais je souhaite voyager dans les années qui viennent") ?



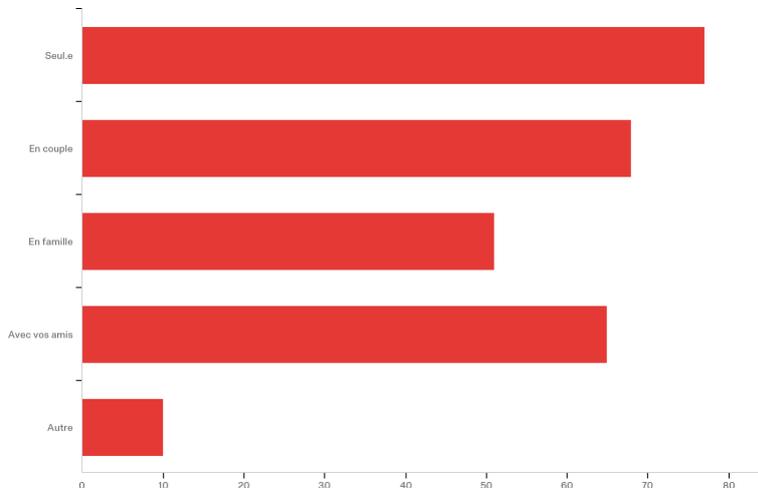
La quasi-totalité de la cible questionnée a déjà voyagé.

Q6 – Généralement, quelle est la raison de vos voyages ?



La majorité de la cible questionnée voyage pour du tourisme.

Q7 – Vous voyagez principalement ...



La majorité de la cible questionnée voyage seule, en couple ou avec ses amis

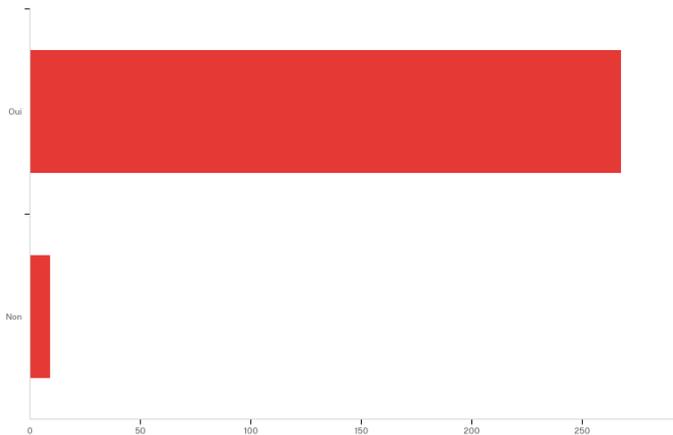
Q8 – Quel est votre budget (approximatif) dépensé dans les voyages chaque année, en €

#	Field	Minimum	Maximum	Moyenne	Compte
1	Budget dépensé en €	0.00	6000.00	2416.48	271

La cible questionnée dépense en moyenne 2400€ chaque année dans les dépenses liées au voyage.

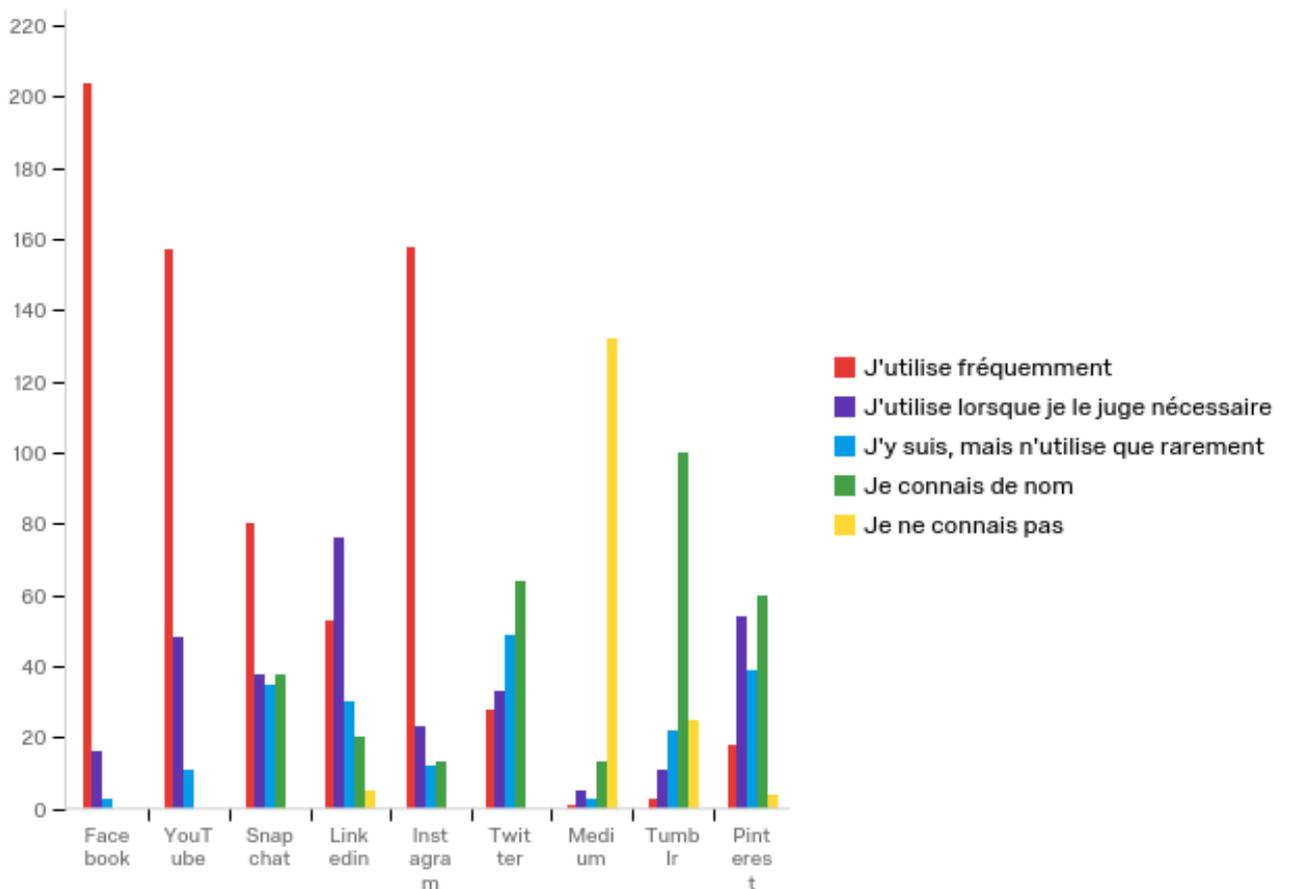
C. Vos pratiques sur Internet

Q9 – Utilisez-vous les réseaux sociaux



La majorité de la cible questionnée utilise les réseaux sociaux.

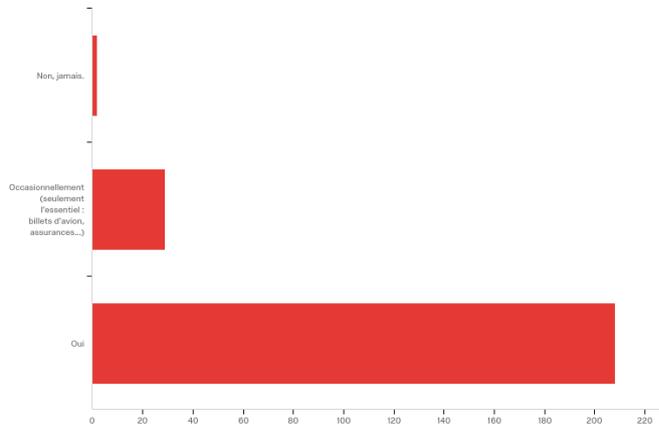
Q9 – Classez les réseaux sociaux suivants en fonction du temps passé dessus



Nous pouvons noter sur ce graphique que les internautes interrogés passent nettement plus de temps sur Facebook que sur les autres réseaux sociaux. En seconde place et exæquo,

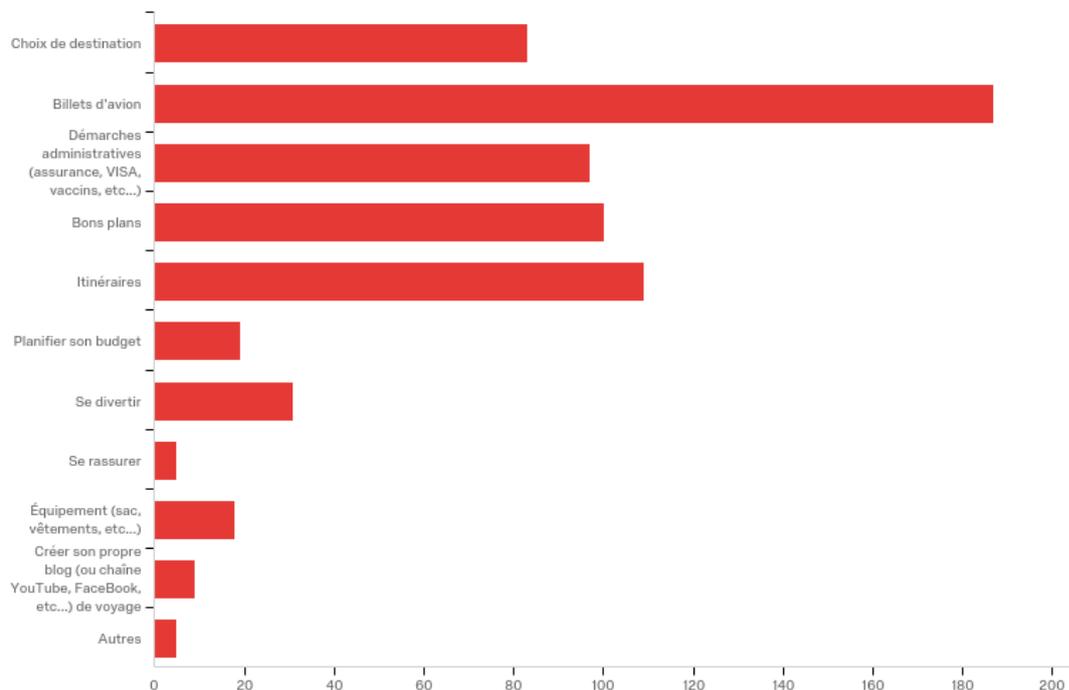
nous retrouvons Instagram et YouTube. En dernière place nous avons Médium (trop peu connu), Tumblr et étrangement, Pinterest qui est utilisé lorsque nécessaire, au même titre que LinkedIn. Twitter reste un « entre deux » très peu utilisé comparé à sa renommée.

Q10 – Lorsque vous préparez un voyage ou comptez préparer un futur voyage, faites-vous (ou allez-vous faire) des recherches principalement sur Internet (destination, équipement, bons plans...) ?



La majorité de la cible questionnée vont principalement utiliser Internet comme outil de recherche pour la préparation de leurs voyages.

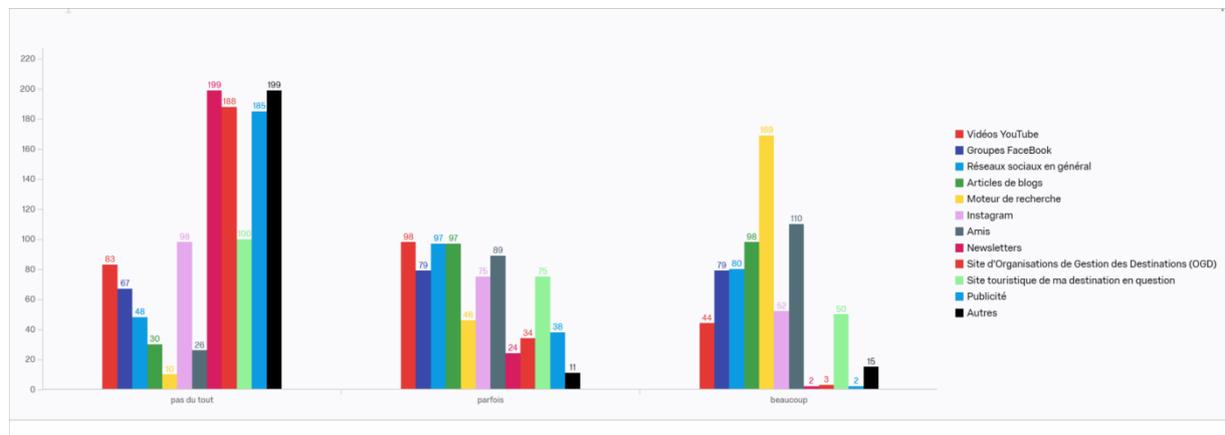
Q11 – Quelles sont ou seront principalement vos recherches sur Internet, lors de cette préparation pour un voyage ? 3 choix maximum.



Nous pouvons ici noter des avis mitigés entre : le choix de la destination, les billets d'avions, les démarches administratives, des bons plans ainsi que les itinéraires. Cependant, la majorité de la cible questionnée vont principalement rechercher et acheter leurs billets d'avion sur Internet puis chercher l'itinéraire de leur prochain voyage. Viennent ensuite les bons plans voyage, les démarches administratives puis pour terminer, les choix de destinations.

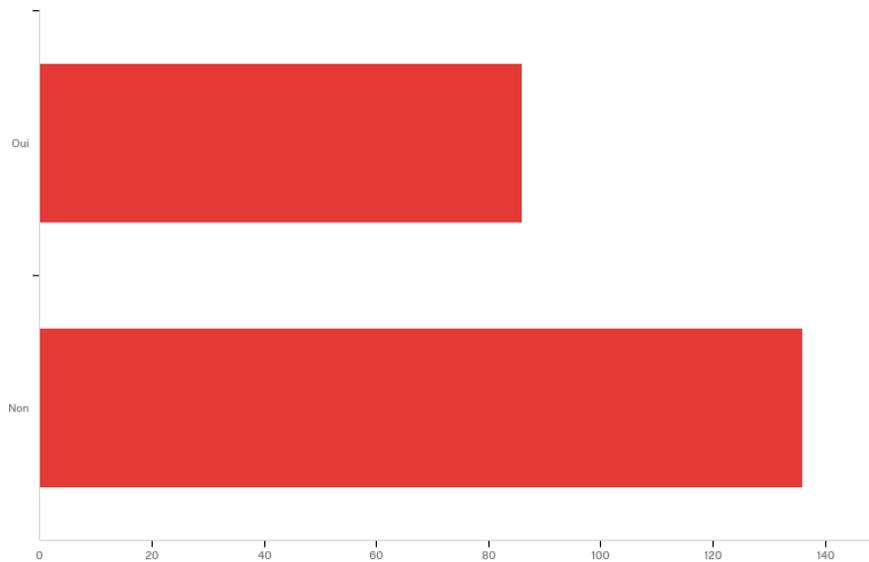
Nous pouvons noter qu'à ce stade, l'équipement voyage n'a pas de grande importance. C'est cependant un élément clé dans la résolution de nos hypothèses, étant donné que de nombreuses marques dans le domaine du voyage proposent la vente d'équipements.

Q12 – Sur Internet, vous cherchez (ou chercherez) des informations sur votre destination à l'aide de ... s'il n'y a de "autres" mettre : pas du tout.



Nous pouvons noter que les internautes questionnés utilisent en majorité les moteurs de recherche pour chercher des informations sur leurs prochaines destinations sur Internet puis, en deuxième place : ils se renseignent auprès de leurs amis (ce qui vient en corrélation avec nos propos rédigé dans l'état de l'art). Puis en troisième place vient les articles de blog, les réseaux sociaux de manière générale et les groupes Facebook.

Q13 – Cherchez-vous, ou allez-vous chercher votre équipement voyage (sac à dos voyage, vêtements, trousse de soin, guides de voyage, etc...) sur Internet ?



La majorité de la cible questionnée ne va pas chercher son équipement voyage sur Internet. Une grande partie, cependant a répondu OUI (presque 40% contre 60% de NON) :

#	Réponse	%
1	Oui	38.74%
2	Non	61.26%

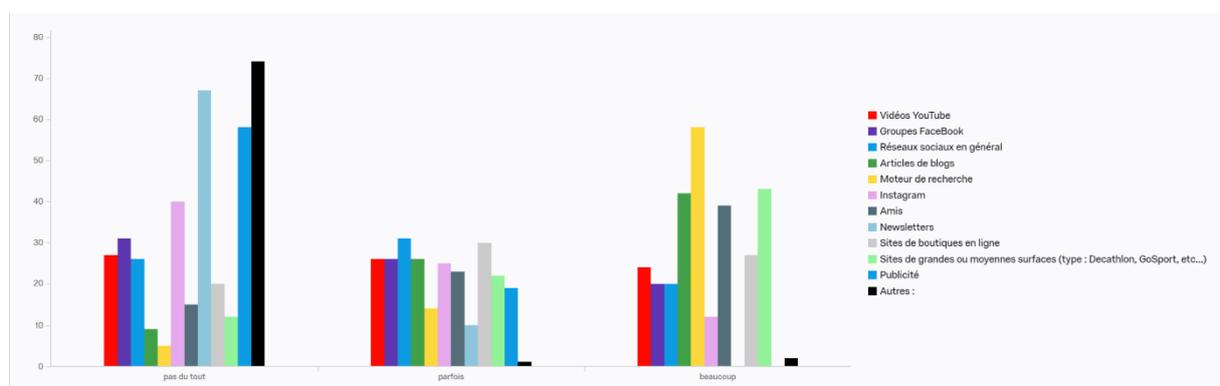
Les deux questions suivantes (portant à propos de l'équipement voyage) n'ont été visibles que par les 40% ayant répondu OUI à la question précédente 13. Sur les 223 qui ont répondu à cette question, cela fait exactement 87 comptes qui répondront à la question 14 suivante.

Q14 – Concernant l'équipement, sur une échelle de 0% à 100% quel % de votre budget "achat équipement voyage" allez-vous dépenser où seriez-vous prêt.e à dépenser pour acheter de l'équipement sur Internet VS Boutique(s) physique(s)). Le totale devra faire 100%.

#	Field	Minimum	Maximum	Moyenne	Écart-type	Variance	Compte
1	Internet	0.00	100.00	46.22	30.57	934.61	87
2	Boutique(s) physique(s)	0.00	100.00	52.44	29.98	898.77	87

Sur les 40% de notre cible interrogée cherchant ou qui cherchera à l'avenir son équipement sur Internet, environ 53% de leur budget « équipement voyage » sera tout de même dépensé en boutique contre 47% directement en ligne sur Internet. Ceux (sur les 87) ayant répondu 0% au niveau du budget alloué en ligne pour l'équipement, ne pourront répondre à la question 15 suivante. D'après Qualtrics, sur les 87, 77 ont signalé dépenser plus de 0% de leur budget équipement voyage sur Internet.

Q15 – Sur Internet, vous cherchez (ou chercherez) des informations sur concernant l'équipement à acheter à l'aide de ... s'il n'y a pas de "autres" mettre : "pas du tout".

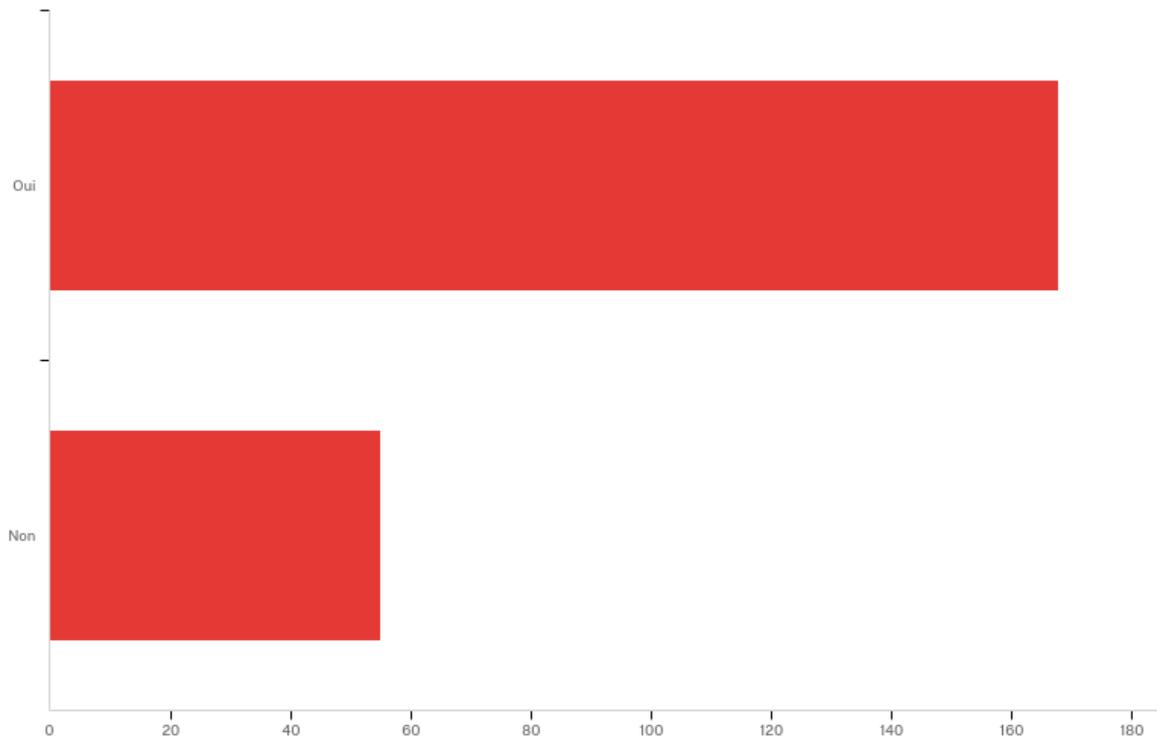


Sur les 77 personnes cherchera à l'avenir et son équipement sur Internet et allouera un budget supérieur à 0€ dans l'achat d'équipement voyage sur Internet, la majorité fera ses recherches sur des moteurs de recherche, puis directement sur les sites de grandes ou moyennes surfaces, dans les articles de blog puis à leurs amis. Nous pouvons noter que dans

les questions précédentes, l'E Mailing est très peu pris en compte, cela n'affecte pas ou très peu le comportement de consommation de notre cible interrogée.

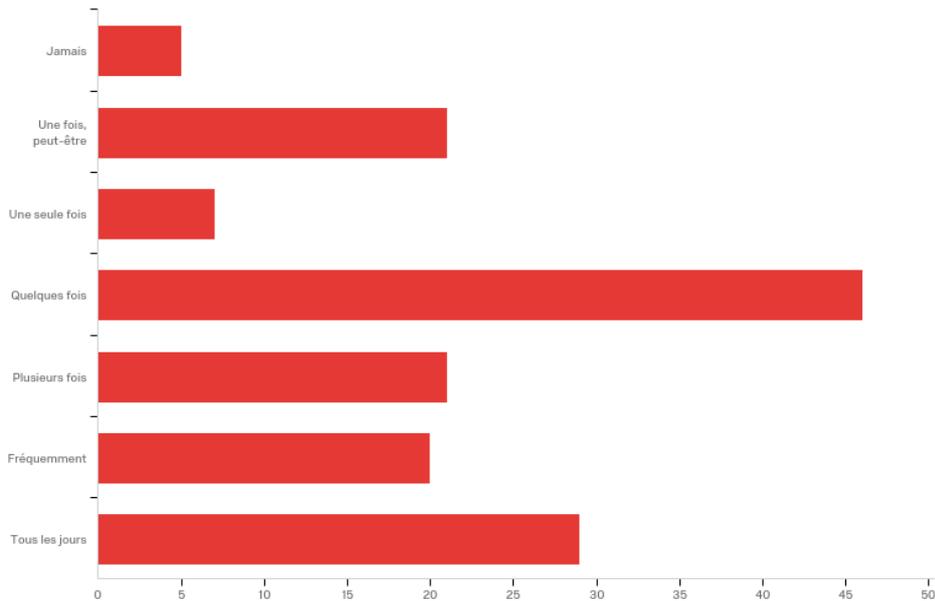
D. Vos influenceurs voyage

Q16 – Suivez-vous ou avez-vous déjà suivi des influenceurs digitaux (blogueurs, Youtubeurs, Instagrameurs, etc..) qui touchent au domaine du voyage ?



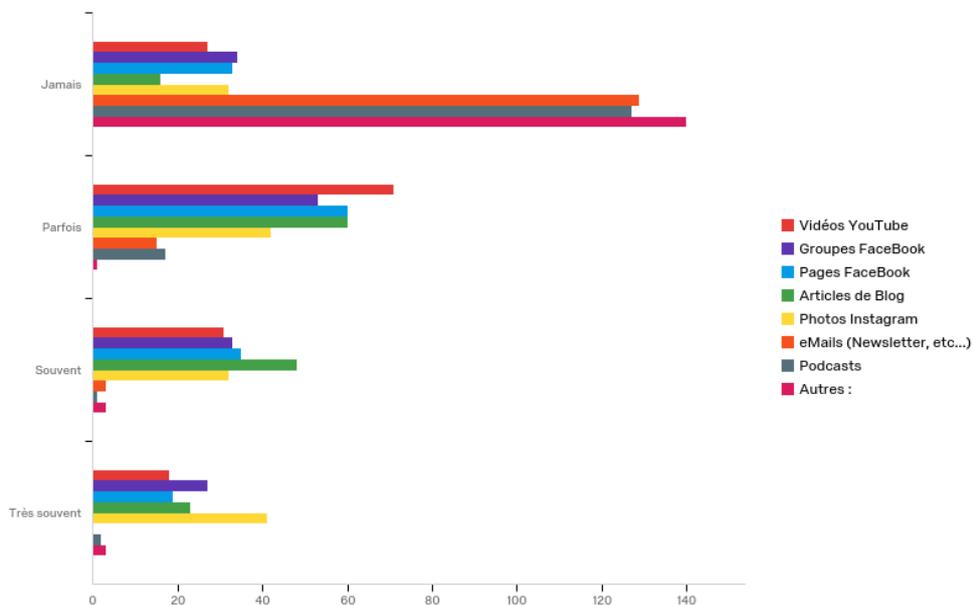
La majorité de la cible questionnée suit ou a déjà suivi des influenceurs digitaux qui touchent au domaine du voyage. 75% ont répondu OUI. Les 25% ayant répondu NON passeront directement à la prochaine partie (« ambassadeurs des marques ? ») et sauteront les questions qui va suivre de cette partie.

Q17 – Sur une semaine, en moyenne, à quelle fréquence regardez-vous ou allez-vous regarder du contenu créé par des influenceurs voyage digitaux avant un départ en voyage ?



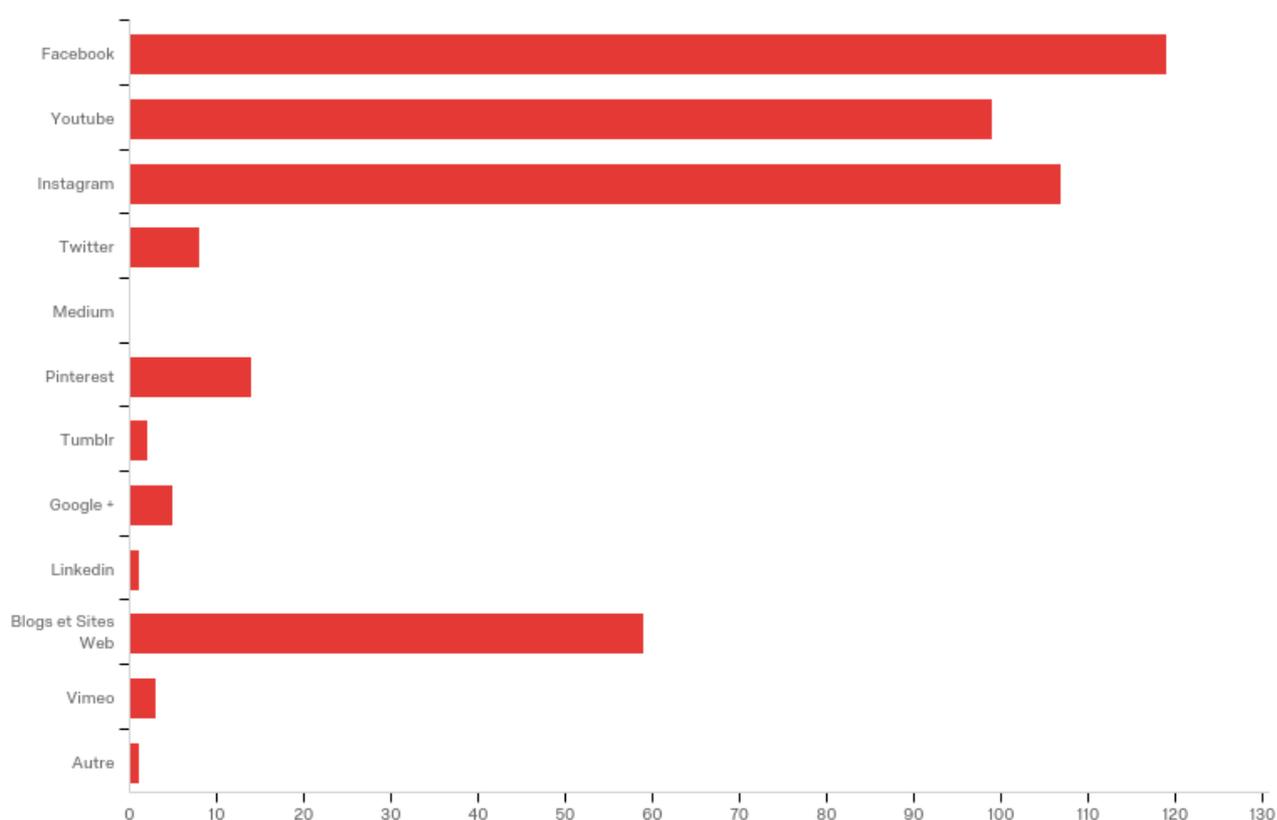
Sur les 75% de notre cible questionnée ayant répondu avoir déjà suivi des influenceurs voyage sur Internet, la majorité (30%) ne regarde que quelque fois par semaine du contenu créé par des influenceurs voyage digitaux, contre 20% tous les jours. Seul 8% ont répondu jamais ou une seule fois.

Q18 – En moyenne, par type de contenu, à quelle fréquence regardez-vous ou allez-vous regarder du contenu créé par des influenceurs voyage digitaux avant un départ en voyage ?



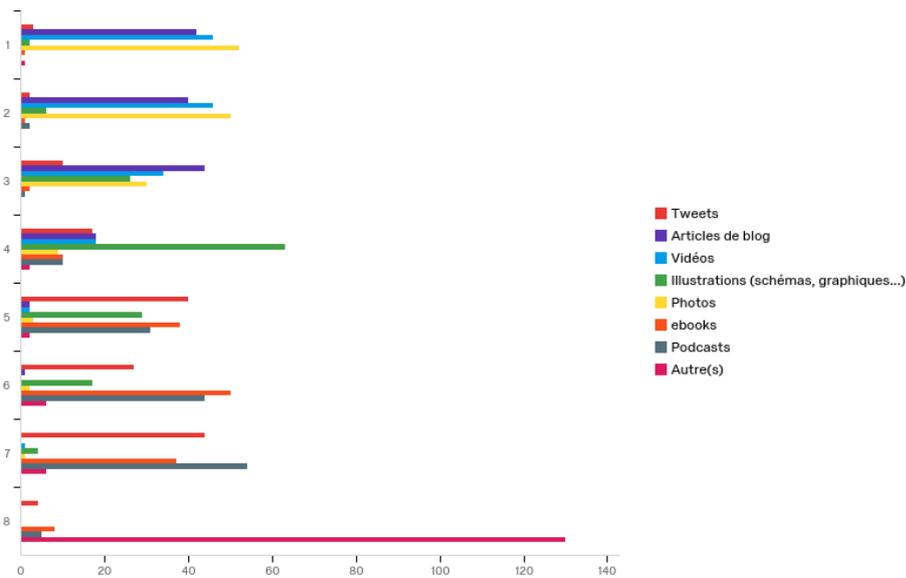
Sur les 75% de notre cible questionnée ayant répondu avoir déjà suivi des influenceurs voyage sur Internet, dans les contenus des influenceurs digitaux voyage les plus fréquemment regardés, nous retrouvons en tête : les photos Instagram, suivies des groupes Facebook puis les articles de blog. Dans les contenus créés par les influenceurs digitaux voyage qui sont regardés souvent, ce sont les articles de blogs qui sont majoritairement lus. Les vidéos YouTube d'influenceurs voyage sont parfois visionnées alors que les emails (newsletters) et les podcasts ne sont jamais regardés.

Q19 – Quel(s) canal/aux ? Plusieurs choix possibles.



Sur les 75% de notre cible questionnée ayant répondu avoir déjà suivi des influenceurs voyage sur Internet, la majorité a annoncé préférer le canal de diffusion Facebook, puis Instagram, suivi de YouTube ainsi que les blogs et sites web. Pinterest et Twitter sont loin derrière.

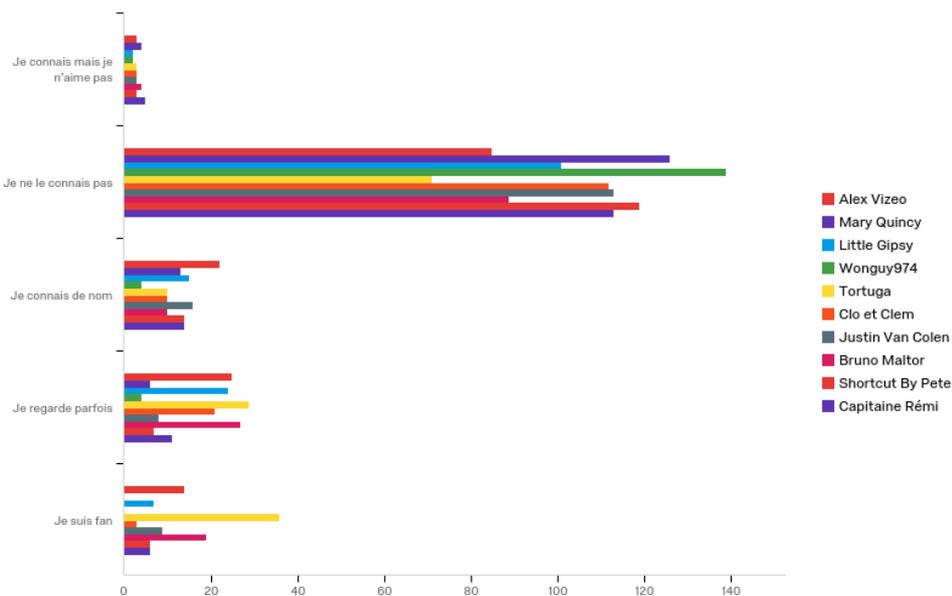
Q20 – Classez les formats de contenu proposés par les influenceurs voyage que vous suivez ou avez suivi sur internet, par ordre de préférence (1 étant le préféré)



Sur les 75% de notre cible questionnée ayant répondu avoir déjà suivi des influenceurs voyage sur Internet, la majorité dit préférer les photos puis la vidéo puis les articles de blog (lire).

Les Podcasts (audio), ebooks et tweets ne sont pas appréciés.

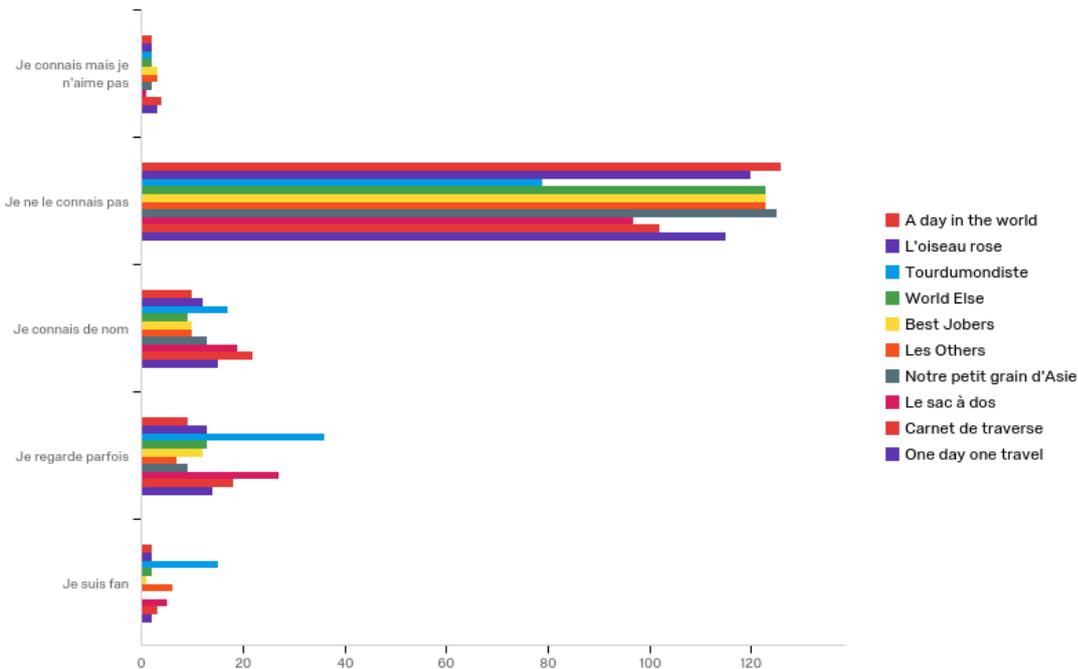
Q21 – Donnez-nous votre avis concernant les influenceurs digitaux suivants :



Via ce graphique, nous pouvons observer que bien que 75% de notre cible interrogée dit avoir suivi ou suivre des influenceurs voyage, la majorité dit ne pas connaître le nom de certains des plus influents (ayant une communauté la plus élevée en 2017 / 2018).

Nous avons tout de même demandé à ces 75% s'il en connaissait d'autres, 60 personnes ont répondu en précisant le ou les influenceurs qu'ils suivaient ou connaissaient.

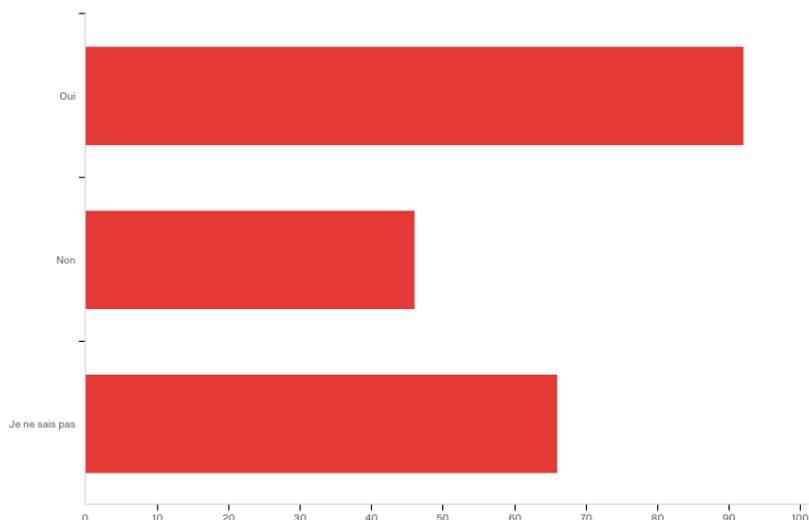
Q21 – Donnez-nous votre avis concernant les blogs voyage suivants :



Nous en arrivons à la même conclusion avec les blogs que la question précédente. La plupart des noms des blogs les plus influents, à part Tourdumondiste, ne sont pas ou peu connus.

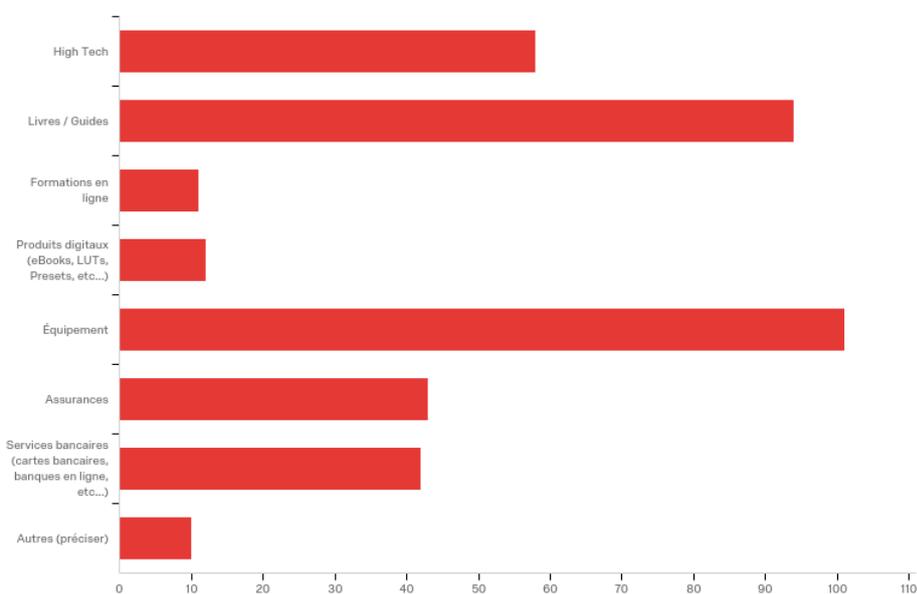
E. Ambassadeurs des marques ?

Q22 – Avez-vous déjà acheté ou seriez-vous prêt.e à acheter un produit ou un service conseillé par un influenceur digital dans le domaine du voyage ?



La majorité de la cible questionnée sera prête à acheter ou a déjà acheté un produit ou un service conseillé par un influenceur digital dans le monde du voyage. Une grande partie ne savent pas. 22,5% ont répondu NON. Ils ne verront pas la prochaine question 23.

Q23 – Quels types de produits / prestations (plusieurs choix possibles)



Sur les 77,5% des personnes interrogés ayant répondu OUI ou JE NE SAIS PAS au fait s'ils avaient ou étaient prêt à acheter un produit ou service conseillé par un influenceur, la majorité a répondu qu'elle a déjà acheté ou sera prête à acheter de l'équipement voyage recommandés par des influenceurs voyage, des livres ou guides recommandés par des influenceurs voyage ou encore des produits High Tech.

Q24 – Analysez attentivement cette publication Instagram. Cliquez sur l'endroit qui attire le plus votre regard sur la publication Instagram ci-dessous :



Publication originale



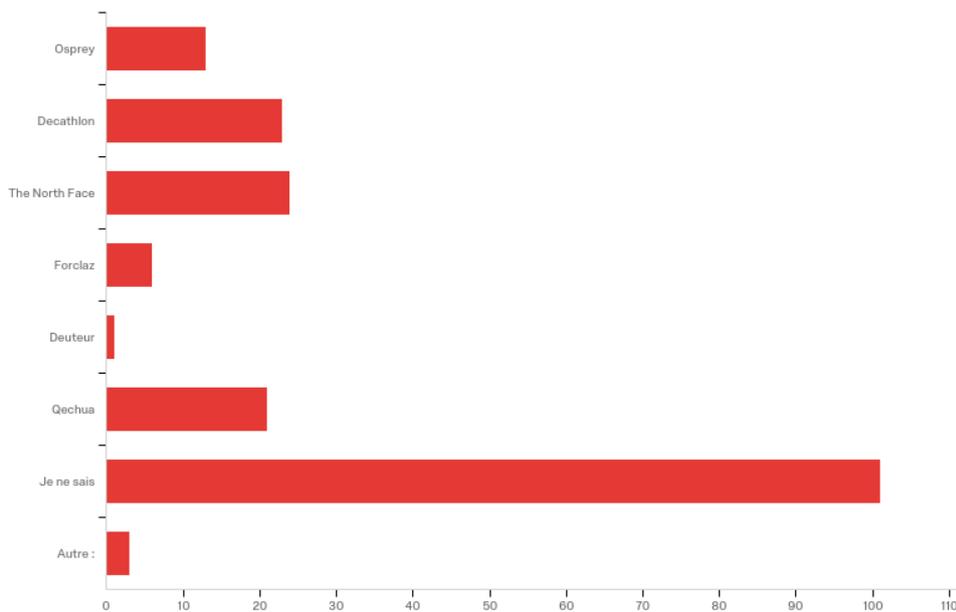
Analyse des résultats

Nous avons ici demandé à notre cible questionnée de regarder cette publication Instagram d'un influenceur voyage et de cliquer à l'endroit qui attirait le plus leur attention. Les

endroits rouges signifie qu'il y a eu la majorité des clics à cet endroit (jusqu'à 19 clics). Les zones bleues sont les zones qui n'ont été touchées que quelques fois.

Nous pouvons noter ici que, malgré le sujet principal de la photo étant le parc de « *Bear Mountain State* » situé aux Etats-Unis, la majorité a néanmoins indiqué que l'équipement (le sac et le casquette) a le plus attiré leur attention. A noter que personne n'a paru porter de l'attention aux hashtags situés en bleus à droite de la publication.

Q25 – D'après vous, de quelle marque était le sac dans la photo vue précédemment ?



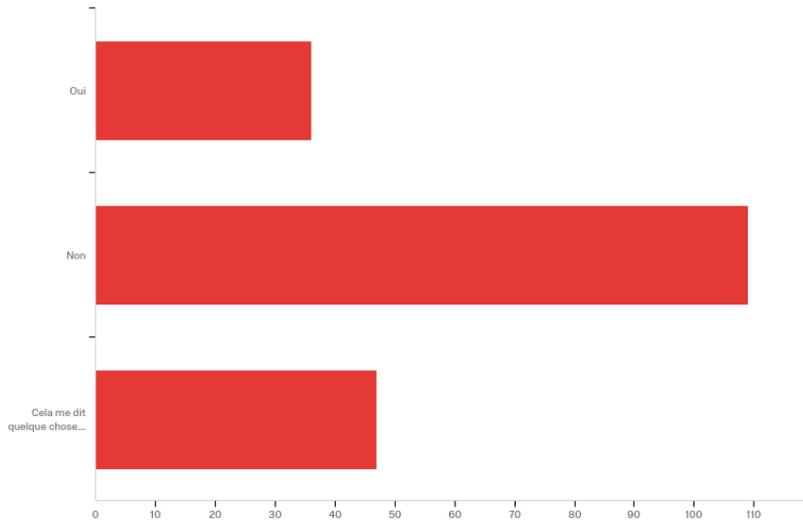
A noter que les répondants n'avaient pas la possibilité de revenir en arrière pour visionner la publication Instagram.

Nous pouvons ainsi noter que, bien que les répondants aient noté être attiré par le sac, ils n'ont pas noté le nom de la marque. A noter qu'il y avait un petit piège, car sur le sac, deux noms de marque apparaissaient : Forclaz en haut (qui est la véritable marque du sac) et Quechua, en bas, qui est l'ancienne marque du sac. Ces deux marques appartiennent néanmoins au même groupe qu'est Decathlon. La bonne réponse était donc Forclaz, qui apparaissait dans les hashtags (en bleu en dessous de la description située à droite de la publication).

Nous pouvons conclure donc qu'une publication de ce genre ne rapporte qu'une (certes forte) visibilité au produit, mais pas forcément à la marque.

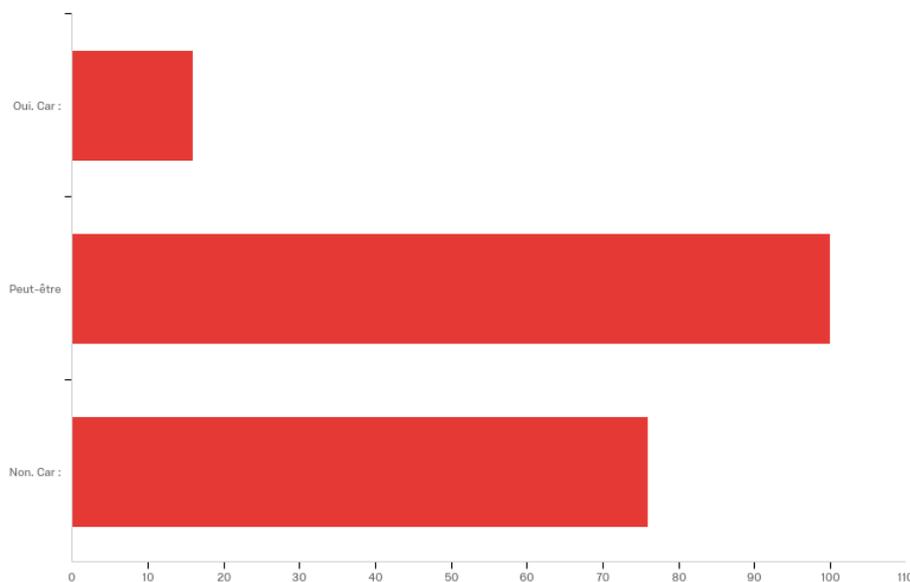
Il faudra aller plus loin et ajouter des éléments supplémentaires dans la description (qui a paru être légèrement pris en compte par les répondants).

Q26 – Aviez-vous déjà vu ce sac auparavant ?



Nous arrivons à la même conclusion que la question précédente. La majorité n'avait jamais vu ce sac mais nombreux sont ceux ayant répondu « cela me dit quelque chose... » laissant donc penser qu'une fois en magasin, les internautes ayant été exposés à la publication, pourrait faire le lien et donc être plus enclin à l'acheter.

Q27 – L'achèteriez-vous ?



Nous en arrivons à la même conclusion que la partie précédente. La majorité ayant répondu « peut-être », cette exposition à la publication d'un influenceur pourrait donc modifier le comportement de consommation ou du moins de réflexion.

Analysons maintenant les réponses « OUI, car ... »

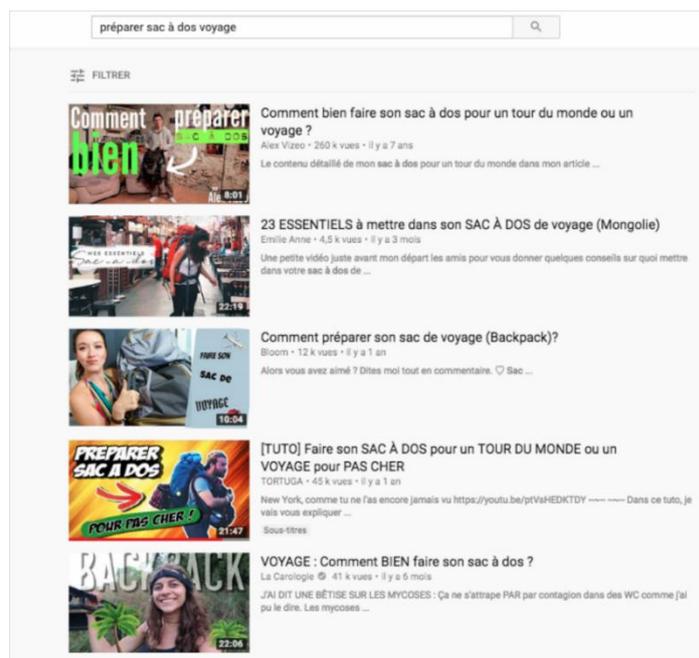


Le nuage de mots-clés ci-dessus met en avant les mots qui ont été les plus de fois proposés pour la réponse « OUI, car... ». Nous pouvons noter « l'air » ce qui signifie ici : « il semble que » donc, d'après la publication, il semble qu'il soit de bonne qualité et pratique. « L'ai », après lecture des retours, signifie ici que la plupart ayant répondu OUI ont répondu cela car ils avaient déjà ce sac et confirme donc qu'ils l'achèteraient.

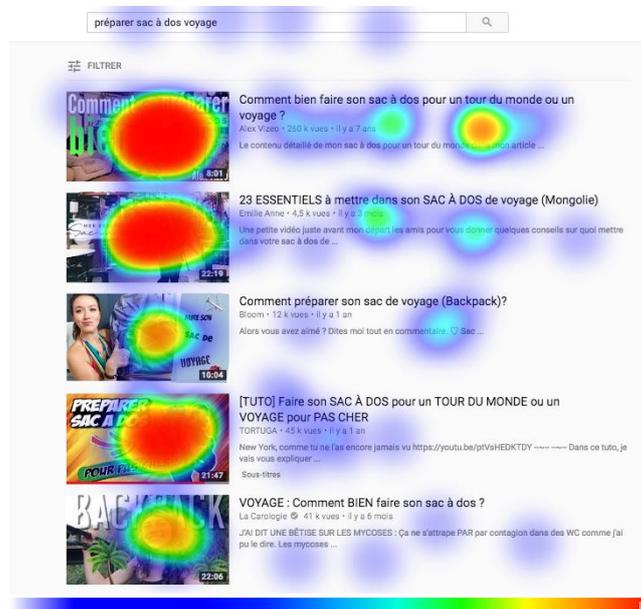
Pour terminer, le nom de l'influenceur ici est mis en avant, indiquant que le fait que Tortuga l'expose dans la publication a poussé certains questionnés à dire qu'ils seraient prêts à l'acheter.

Nous pouvons observer que la majorité des questionnés ne trouve pas qu'un article soit de qualité simplement car l'influenceur le possède. Cependant, si l'influenceur le montre régulièrement dans ses publications, cela aurait donc un impact sur la vision de nos questionnés sur l'article en question et donc certainement, influencer leur comportement d'achat et un potentiel achat de l'article.

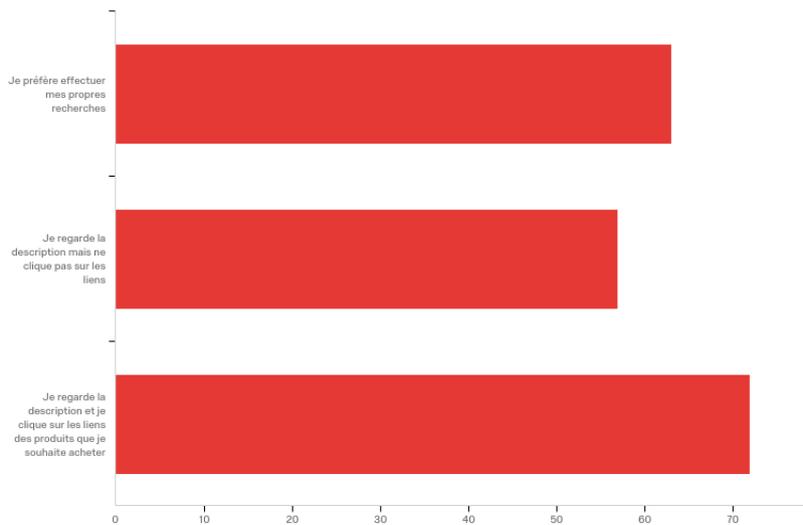
Q28 – Vous souhaitez préparer votre sac à dos pour votre futur voyage. Sur quelle vidéo cliqueriez-vous ?



Publication originale

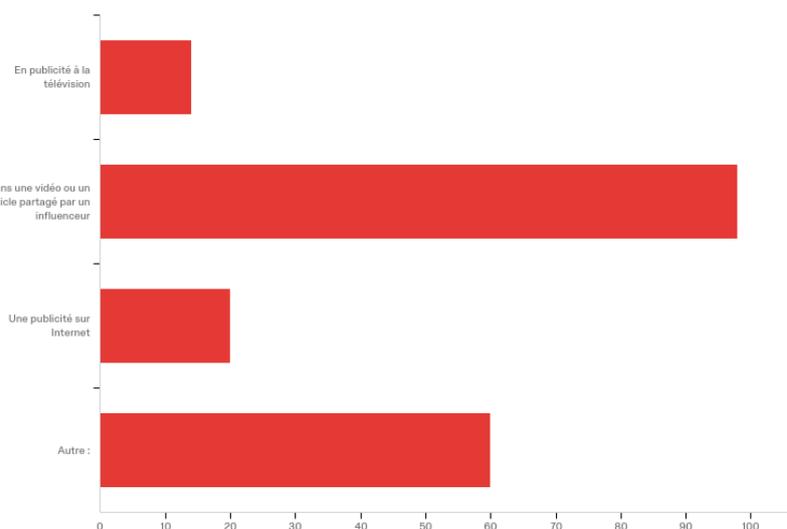


Q29 – La vidéo vous plaît et vous est d'une grande utilité. Vous trouvez tout l'équipement dont vous avez besoin. L'influenceur précise que la liste complète des équipements cités dans la vidéo se trouve dans la description, avec les liens externes pour acheter chaque équipement en ligne.



La majorité de la cible questionnée est prêt à passer par les liens trackés (suivis et sponsorisés) dans une publication d'un influenceurs pour acheter un produit ou un service promu par cet influenceur.

Q30 – Il serait plus probable que vous achetiez ce sac si vous le voyiez :



La grande majorité de la cible questionnée serait plus propice à acheter la sac montrer dans la publication de la question 24 s'il le questionné le voyait dans une vidéo ou un article

occasionnellement sur Internet du divertissement, de l'aide pour planifier son budget ainsi que des équipement voyage (sac, vêtements, etc...).

Nos questionnés utilisent en majorité les moteurs de recherche pour chercher les informations citée ci-dessus mais vont aussi se renseigner auprès de leurs amis ou encore lire des articles de blog, regarder les publications sur les réseaux sociaux (de préférence les groupes Facebook).

La majorité de nos questionnés n'effectueront pas de recherches concernant l'équipement voyage sur Internet.

Sur ceux et celles ayant répondu.es oui, 46% de leur budget « équipement voyage » sera dépensé sur Internet. Ils ou elles chercheront des informations concernant l'équipement voyage via les moteurs de recherche, mais aussi directement sur les sites des grandes ou moyennes surfaces, dans les articles de blogs et demanderont également à leurs amis des recommandations. Les emails ne semblent pas être appréciés par nos questionnés.

Dans la quatrième partie « vos influenceurs », 75% dit avoir déjà suivi un influenceur dans le monde du voyage sur les réseaux sociaux. Pour effectuer des recherches dans le cadre d'un prochain départ en voyage, sur une semaine ils ou elles répondent regarder quelques fois du contenu sur les réseaux sociaux créé par des influenceurs voyage. Ces contenus seront principalement des photos Instagram, des publications sur des groupes Facebook ainsi que des articles de blog. Les vidéos sont aussi assez populaires alors que l'emailing ne sera pas ou que très peu considéré. Nos questionnés disent préférer regarder ces types de contenus sur leurs canaux préférés que sont Facebook, Instagram, YouTube et les blogs. Les formats préférés sont la photo, la vidéo ainsi que les articles de blog.

La majorité des questionnés répond ne pas forcément bien connaître les influenceurs voyage ainsi que les blogs les plus célèbres.

Dans la cinquième et dernière partie, « ambassadeurs des marques », la majorité prétend avoir déjà acheté ou serait prête à acheter un produit ou un service conseillé par un

influenceur digital dans le monde du voyage. Ils ou elles ont déjà ou achèteront de préférence de l'équipement, des livres ou guides de voyage, ou encore des produits High Tech.

Nous avons décidé d'exposer nos questionnés à une publication Instagram d'un Influenceur voyage où l'on peut le voir devant un beau paysage, portant un sac à dos de randonnée. La majorité a particulièrement porté son regard sur ce sac à dos qu'il portait ainsi que sa casquette. La majorité répond cependant ne pas connaître le nom de la marque (ou du moins ne pas y avoir fait attention). La majorité répond d'ailleurs n'avoir jamais vu ce sac, et qu'elle serait peut-être prête à l'acheter car il a l'air pratique et de qualité et parce que l'influenceur le portait dans cette publication. Nos questionnés ont cependant répondu en majorité que ce produit exposé n'était pas forcément de qualité car l'influenceur l'utilise lors de ces voyages, mais disent qu'ils penseraient le contraire si l'influenceur le montrait régulièrement dans ses contenus.

Nous avons pour terminer exposé nos questionnés à une page de recherche YouTube avec les mots clés rentrés : « préparer sac à dos voyage ». La majorité dit avoir cliquer sur la première vidéo, la deuxième ou la quatrième vidéo en prenant en compte principalement le titre, le nombre de vues, le fait qu'elle soit en première position (pour ceux ayant cliqué sur la première), la miniature mais aussi en fonction du sac voyage affiché. Nous avons observé que le fait de mettre en avant le sac sur la miniature n'avait pas poussé au clique. Au contraire, une apparition discrète a mis plus en confiance nos questionnés.

La majorité de nos questionnés ont répondu être prêt à regarder dans la description de cette vidéo pour voir la liste de l'équipement contenu dans le sac exposé par l'influenceur et serait prêt à cliquer sur des liens affiliés s'il y en avait.

Enfin, la majorité de nos questionné a répondu qu'il serait plus probable qu'elle achète ce sac si elle le voyait dans une vidéo ou un article partagé par un influenceur que dans une publicité classique (télévision ou internet).

XI. Annexes

Questionnaire

Start of Block: Bienvenue !

Bonjour à vous ! 😊

Merci d'avoir accepté de prendre un peu de votre temps pour répondre à ces quelques questions !

Dans le cadre de mon mémoire de fin d'études, dont la problématique est : *"Influenceurs digitaux voyage, sont-ils les nouveaux supers ambassadeurs de marques ?"* j'ai décidé d'effectuer un formulaire dont l'analyse des réponses m'aidera à résoudre la problématique énoncée.

Dans ce formulaire, 5 types de questions vous seront demandées :

- Des questions à propos de vous (sexe, âge, etc...)
- Des questions concernant le voyage (vos destinations de voyage, etc...)
- Des questions à propos de vos pratiques sur Internet (vos réseaux sociaux préférés, etc...)
- Des questions à propos des influenceurs voyage
- Deux petits cas pratiques pour tester votre réaction face à des publications sur les réseaux sociaux : faites-vous confiance aux influenceurs ?

Le questionnaire comporte **39 questions** et dure au total : **8 minutes**.

🚀 À vos marques ? Prêt.es ? Partez !

Page Break

End of Block: Bienvenue !

Start of Block: À propos de vous...

Q1 Vous êtes ...

- Un homme
 - Une femme
 - Je ne souhaite pas l'indiquer
-

Q3 Vous avez ...

- Moins de 16 ans
 - 16 - 24 ans
 - 25 - 34 ans
 - 35 - 44 ans
 - 45 - 55 ans
 - Plus de 55 ans
-

Q23 Vous êtes ...

- Étudiant.e
 - Salarié.e
 - Sans emploi
 - Autre _____
-

Q4 Vous habitez en ce moment même ...

- En France
- En Europe hors France
- Amérique du Nord
- Amérique du Sud
- Asie du Sud-Est
- Afrique
- Moyen Orient
- Pays scandinaves
- Russie
- Autre

End of Block: À propos de vous...

Start of Block: Le voyage

Q7 Avez-vous déjà voyagé (si vous planifiez de voyager un jour, cocher : "Non, mais je souhaite voyager dans les années qui viennent") ?

- Oui
 - Non, cela ne m'intéresse pas.
 - Non, mais je souhaite voyager un jour !
-

Q21 Dans quel(s) pays ?

Q22 Généralement, quelle est la raison de vos voyages ?

- Tourisme
 - Familiale
 - Études
 - Travail
 - Autre _____
-

Q26 Vous voyagez principalement ...

- Seul.e
 - En couple
 - En famille
 - Avec vos amis
 - Autre _____
-

Q32 Quel est votre budget (approximatif) dépensé dans les voyages chaque année, en €

0 1200 2400 3600 4800 6000



Q19 Quel(s) est/sont le(s) pays qui vous attire(nt) ?

End of Block: Le voyage

Start of Block: Vos pratiques sur Internet

Q35 Utilisez-vous les réseaux sociaux ?

Oui

Non

Q34 Classez les réseaux sociaux suivants en fonction du temps passé dessus. Cliquez - Glissez - Déposez la réponse à l'endroit souhaité. S'il n'y a pas de "autres", mettre dans la case "je ne connais pas". **Si vous avez des problèmes avec cette question, vous pouvez la passer !**

J'utilise fréquemment	J'utilise lorsque je le juge nécessaire	J'y suis, mais n'utilise que rarement	Je connais de nom	Je ne connais pas
___ Facebook	___ Facebook	___ Facebook	___ Facebook	___ Facebook
___ YouTube	___ YouTube	___ YouTube	___ YouTube	___ YouTube
___ Snapchat	___ Snapchat	___ Snapchat	___ Snapchat	___ Snapchat
___ LinkedIn	___ LinkedIn	___ LinkedIn	___ LinkedIn	___ LinkedIn
___ Instagram	___ Instagram	___ Instagram	___ Instagram	___ Instagram
___ Twitter	___ Twitter	___ Twitter	___ Twitter	___ Twitter
___ Medium	___ Medium	___ Medium	___ Medium	___ Medium
___ Tumblr	___ Tumblr	___ Tumblr	___ Tumblr	___ Tumblr
___ Pinterest	___ Pinterest	___ Pinterest	___ Pinterest	___ Pinterest
___ Memotrips	___ Memotrips	___ Memotrips	___ Memotrips	___ Memotrips
___ Tinder ;)	___ Tinder ;)	___ Tinder ;)	___ Tinder ;)	___ Tinder ;)
___ Viadeo	___ Viadeo	___ Viadeo	___ Viadeo	___ Viadeo
___ Yatedo	___ Yatedo	___ Yatedo	___ Yatedo	___ Yatedo
___ Hidden Place	___ Hidden Place	___ Hidden Place	___ Hidden Place	___ Hidden Place
___ Autres :	___ Autres :	___ Autres :	___ Autres :	___ Autres :

Q30 Lorsque vous préparez un voyage ou comptez préparer un voyage futur, faites-vous (ou allez-vous faire) des recherches principalement sur Internet (destination, équipement, bons plans...) ?

- Non, jamais.
 - Occasionnellement (seulement l'essentiel : billets d'avion, assurances...)
 - Oui
-

Q31 Quelles sont ou seront principalement vos recherches sur Internet, lors de cette préparation pour un voyage ? 3 choix maximum.

- Choix de destination
 - Billets d'avion
 - Démarches administratives (assurance, VISA, vaccins, etc...)
 - Bons plans
 - Itinéraires
 - Planifier son budget
 - Se divertir
 - Se rassurer
 - Équipement (sac, vêtements, etc...)
 - Créer son propre blog (ou chaîne YouTube, FaceBook, etc...) de voyage
 - Autres _____
-

Q20 Sur Internet, vous cherchez (ou chercherez) des informations sur votre destination à l'aide de ... s'il n'y a de "autres" mettre : pas du tout.

	pas du tout	parfois	beaucoup
Vidéos YouTube	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Groupes FaceBook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Réseaux sociaux en général	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Articles de blogs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Moteur de recherche	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instagram	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Amis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Newsletters	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Site d'Organisations de Gestion des Destinations (OGD)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Site touristique de ma destination en question	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Publicité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Autres	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q40 Cherchez-vous, ou allez-vous chercher votre **équipement voyage** (sac à dos voyage, vêtements, trousse de soin, guides de voyage, etc....) sur Internet ?

Oui

Non

Q28 concernant l'équipement sur une échelle de 0% à 100% quel % de votre budget "achat équipement voyage" allez-vous dépenser où seriez-vous prêt.e à dépenser pour acheter de l'équipement sur Internet VS Boutique(s) physique(s)). Le totale devra faire 100%

➤ Internet : _____

➤ Boutique(s) physique(s) : _____

Total : _____

Q28 Sur Internet, vous cherchez (ou chercherez) des informations sur **concernant l'équipement** à acheter à l'aide de ... s'il n'y a pas de "autres" mettre : "pas du tout".

	pas du tout	parfois	beaucoup
Vidéos YouTube	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Groupes FaceBook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Réseaux sociaux en général	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Articles de blogs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Moteur de recherche	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instagram	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Amis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Newsletters	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sites de boutiques en ligne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sites de grandes ou moyennes surfaces (type : Decathlon, GoSport, etc...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Publicité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Autres :	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

End of Block: Vos pratiques sur Internet

Start of Block: Vos influenceurs voyage

Q12 Suivez-vous ou avez-vous déjà suivi des influenceurs digitaux (blogueurs, YouTubeurs, Instagrameurs, etc...) qui touchent au domaine du voyage ?

Oui

Non

Q31 Sur une semaine, en moyenne, à quelle fréquence regardez-vous ou allez-vous regarder du contenu créé par des influenceurs voyage digitaux avant un départ en voyage ?

Jamais

Une fois, peut-être

Une seule fois

Quelques fois

Plusieurs fois

Fréquemment

Tous les jours

Q30 En moyenne, par type de contenu, à quelle fréquence regardez-vous ou allez-vous regarder du contenu créé par des influenceurs voyage digitaux avant un départ en voyage ? S'il n'y a pas de "autres", cliquer sur "jamais".

	Jamais	Parfois	Souvent	Très souvent
Vidéos YouTube	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Groupes FaceBook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pages FaceBook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Articles de Blog	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Photos Instagram	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
eMails (Newsletter, etc...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Podcasts	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Autres :	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q13 Quel(s) canal/aux ? Plusieurs choix possibles.

- Facebook
 - Youtube
 - Instagram
 - Twitter
 - Medium
 - Pinterest
 - Tumblr
 - Google +
 - Linkedin
 - Blogs et Sites Web
 - Vimeo
 - Autre _____
-

Q17 Classez les formats de contenu proposés par les influenceurs voyage que vous suivez ou avez suivi sur internet, par ordre de préférence. Cliquez, glissez à l'emplacement souhaité (1 étant tout en haut) puis relâchez.

- _____ Tweets
 - _____ Articles de blog
 - _____ Vidéos
 - _____ Illustrations (schémas, graphiques...)
 - _____ Photos
 - _____ ebooks
 - _____ Podcasts
 - _____ Autre(s)
-

Q14 Donnez-nous votre avis concernant les influenceurs voyage digitaux suivants :

	Je connais mais je n'aime pas	Je ne le connais pas	Je connais de nom	Je regarde parfois	Je suis fan
Alex Vizeo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mary Quincy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Little Gipsy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wonguy974	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tortuga	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Clo et Clem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Justin Van Colen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bruno Maltor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Shortcut By Pete	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Capitaine Rémi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q15 Vous connaissez d'autres influenceurs voyage ? Si oui, citez-les :

Q17 Donnez-nous votre avis concernant les blogs voyage suivants :

	Je connais mais je n'aime pas	Je ne le connais pas	Je connais de nom	Je regarde parfois	Je suis fan
A day in the world	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'oiseau rose	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tourdumondiste	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
World Else	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Best Jobers	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les Others	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Notre petit grain d'Asie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le sac à dos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Carnet de traverse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
One day one travel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

End of Block: Vos influenceurs voyage

Start of Block: Ambassadeurs des marques ?

Q36 Avez-vous déjà acheté ou seriez-vous prêt.e à acheter un produit ou un service conseillé par un influenceur digital dans le domaine du voyage ?

- Oui
- Non
- Je ne sais pas

Q37 Quels types de produits / prestations (plusieurs choix possibles)

- High Tech
 - Livres / Guides
 - Formations en ligne
 - Produits digitaux (eBooks, LUTs, Presets, etc...)
 - Équipement
 - Assurances
 - Services bancaires (cartes bancaires, banques en ligne, etc...)
 - Autres (préciser) _____
-

Q38 Analysez attentivement cette publication Instagram. Cliquez sur l'endroit qui attire le plus votre regard sur la publication Instagram ci-dessous :



 **tortugavideos**
Bear Mountain

tortugavideos 🌲 #bearmountainstate Park

À seulement 1h30 de #newyork 🇺🇸 se trouve un magnifique #parc #naturel où il est possible d'effectuer une #randonnée ! Magnifique #viewpoint au rendez-vous ! 🇺🇸

#tortugavideos #forclaz
#bearmountainstatepark #usa
#roamtheplanet #balade #amazing_shots
math92240 Le dernier voyage d'un hobbit
tortugavideos @math92240 😊
adnanahmad004 Great
tortugavideos @adnanahmad004 😍

175 J'aime

10 SEPTEMBRE

Ajouter un commentaire...

Page Break

Q39 D'après vous, de quelle marque était le sac dans la photo vue précédemment ?

- Osprey
 - Decathlon
 - The North Face
 - Forclaz
 - Deuteur
 - Qechua
 - Je ne sais
 - Autre : _____
-

Q40 Aviez-vous déjà vu ce sac auparavant ?

- Oui
 - Non
 - Cela me dit quelque chose...
-

Q41 L'achèteriez-vous ?

- Oui. Car : _____
 - Peut-être
 - Non. Car : _____
-

Q42 Pensez-vous que ce produit est de qualité, car un influenceur voyage l'utilise lors de ces voyages ?

- Oui, si l'influenceur le montre régulièrement dans ses contenus
- Oui, même si l'influenceur ne l'a montré qu'une seule fois
- Oui, mais parce que je connais la marque
- Non, mais cela m'intriguerait...
- Non, pas forcément

Q43 Vous souhaitez préparer votre sac à dos pour votre futur voyage. Sur quelle vidéo cliqueriez-vous ?

préparer sac à dos voyage

FILTRES

Comment bien préparer son sac à dos
Alex Vizeo • 260 k vues • il y a 7 ans
Le contenu détaillé de mon sac à dos pour un tour du monde dans mon article ...

23 ESSENTIELS à mettre dans son SAC À DOS de voyage (Mongolie)
Emilie Anne • 4,5 k vues • il y a 3 mois
Une petite vidéo juste avant mon départ les amis pour vous donner quelques conseils sur quoi mettre dans votre sac à dos de ...

Comment préparer son sac de voyage (Backpack)?
Bloom • 12 k vues • il y a 1 an
Alors vous avez aimé ? Dites moi tout en commentaire. ♡ Sac ...

[TUTO] Faire son SAC À DOS pour un TOUR DU MONDE ou un VOYAGE pour PAS CHER
TORTUGA • 45 k vues • il y a 1 an
New York, comme tu ne l'as encore jamais vu <https://youtu.be/ptVsHEDKTDY> ---- Dans ce tuto, je vais vous expliquer ...
Sous-titres

VOYAGE : Comment BIEN faire son sac à dos ?
La Carologie • 41 k vues • il y a 6 mois
J'AI DIT UNE BÊTISE SUR LES MYCOSES : Ça ne s'attrape PAR par contagion dans des WC comme j'ai pu le dire. Les mycoses ...

Q45 Pourriez-vous nous expliquer votre choix :

Q46 La vidéo vous plait et vous est d'une grande utilité. Vous trouvez tout l'équipement dont vous avez besoin. L'influenceur précise que la liste complète des équipements cités dans la vidéo se trouve dans la description, avec les liens externes pour acheter chaque équipement en ligne

- Je préfère effectuer mes propres recherches
- Je regarde la description mais ne clique pas sur les liens
- Je regarde la description et je clique sur les liens des produits que je souhaite acheter

Q47 Il serait plus probable que vous achetiez ce sac si vous le voyiez :

- En publicité à la télévision
- Dans une vidéo ou un article partagé par un influenceur
- Une publicité sur Internet
- Autre : _____

End of Block: Ambassadeurs des marques ?
