Période d'enquête : du 03/12/2020 au 17/12/2020

ENQUÊTE CLIENT SKI GURU

Nombre total de réponses : 120

Objectif : cerner l'impact des avis clients dans le processus d'achat

COMPOSITION DE L'ÉCHANTILLON

29 %
DE FEMMES

71%
D'HOMMES

2% ont entre 18 ET 24 ANS

6% ont entre 25 ET 34 ANS

7% ont entre 35 ET 44 ANS

52% ont entre 45 ET 54 ANS

30% ont entre 65 ET 74 ANS

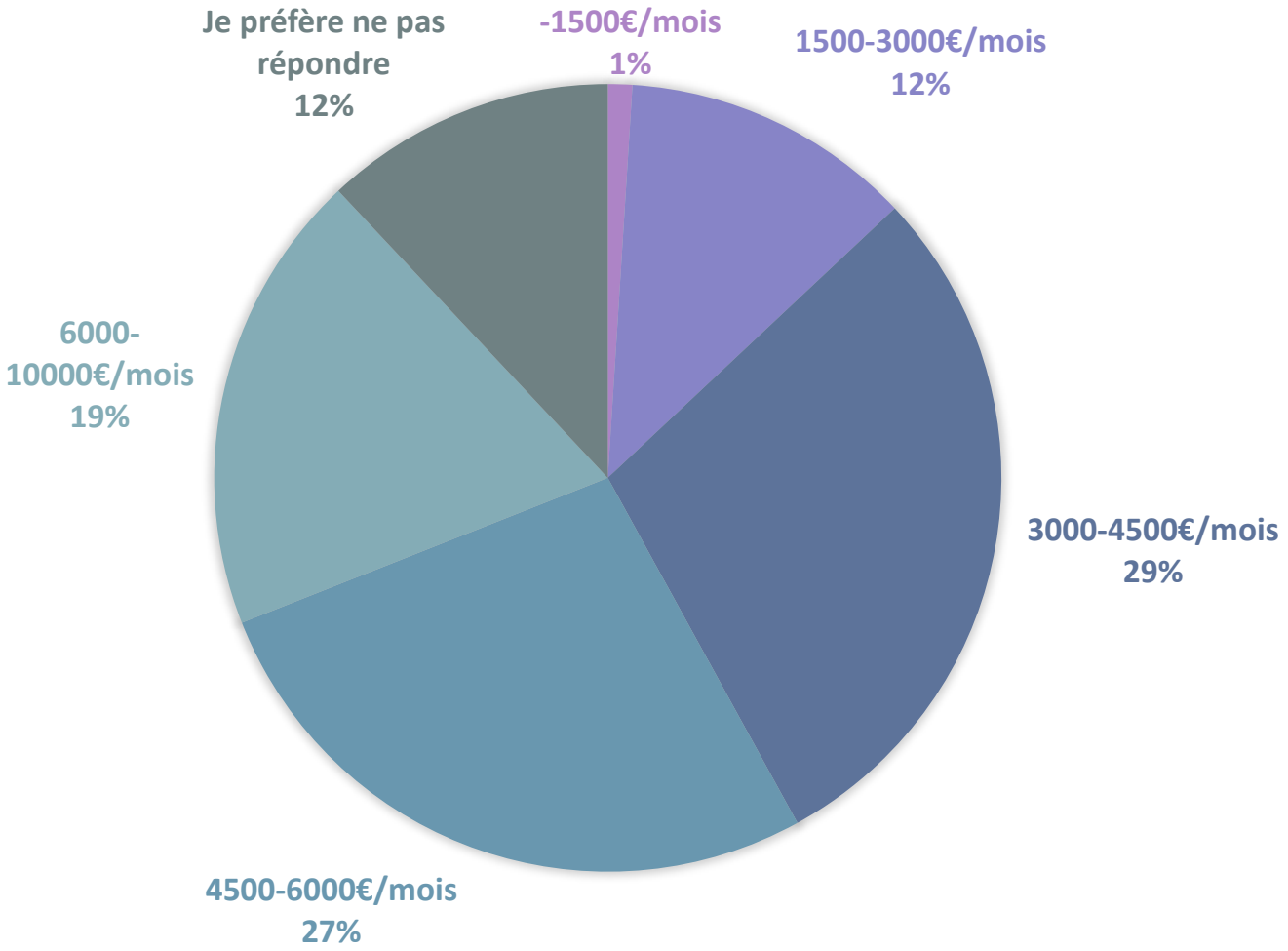
2% ont plus de 74 ANS

COMPOSITION DE L'ÉCHANTILLON

SITUATION FAMILIALE

En couple, sans enfant	48%
En couple, avec enfant(s)	40%
Seul, sans enfant	8%
Chez les parents	2%
Seul, avec enfant(s)	1%

REVENU NET DU MÉNAGE



COMPOSITION DE L'ÉCHANTILLON

LIEU DE DOMICILE

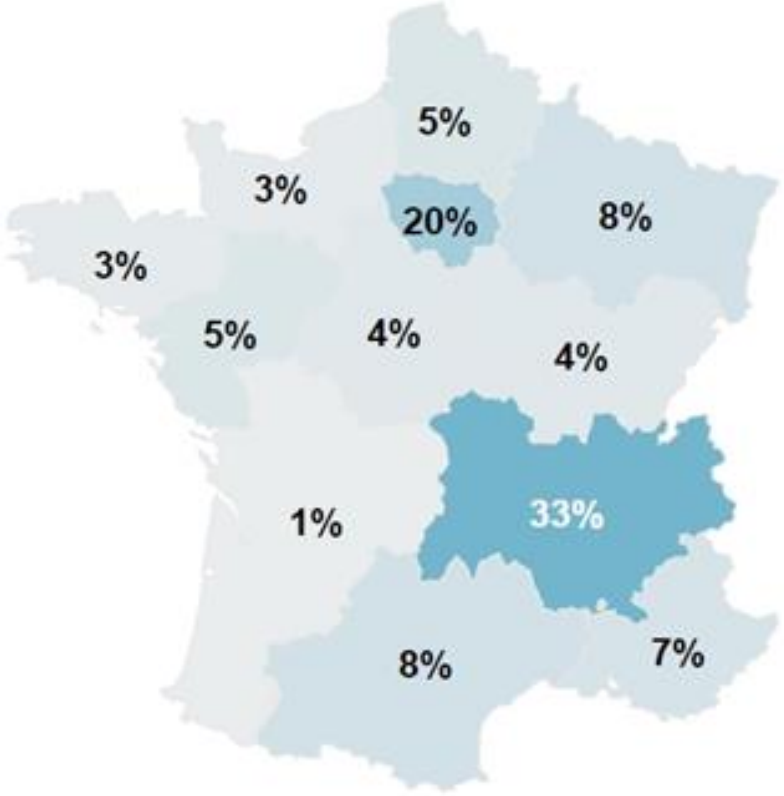
92%
FRANCE

5%
BELGIQUE

1%
ROYAUME-UNI

2%
AUTRE

REGION D'ORIGINE



EN MONTAGNE…

98 % PRATIQUANTS DE LA MONTAGNE…

98%
EN HIVER

54%
EN ÉTÉ

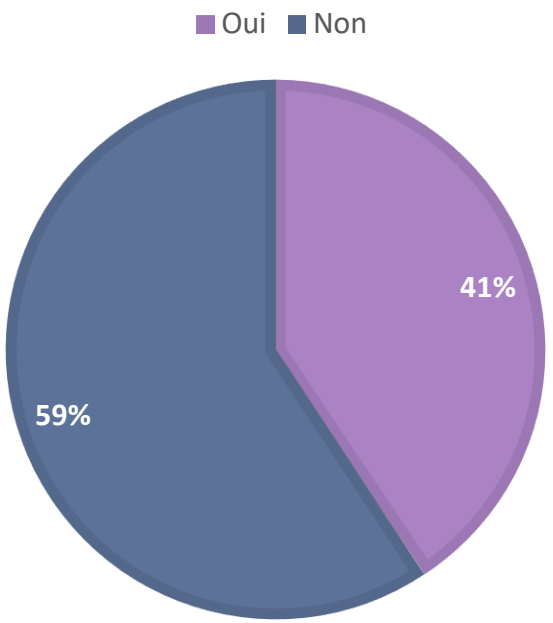
31%
AU PRINTEMPS

21%
EN AUTOMNE

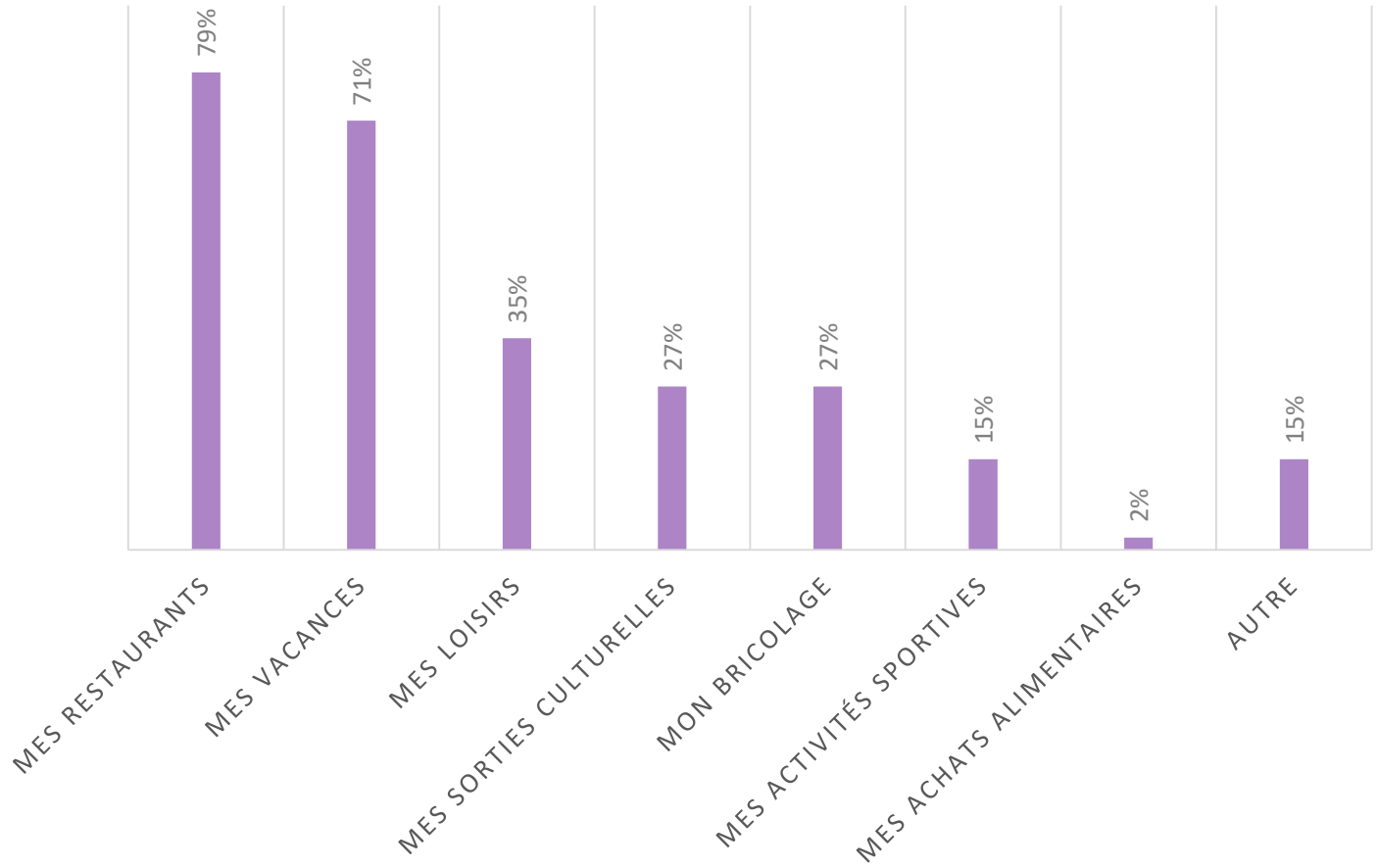
27% SONT PROPRIÉTAIRES D'UN BIEN EN MONTAGNE

LES AVIS CLIENTS

AU QUOTIDIEN, UTILISEZ-VOUS LES SITES D'AVIS CLIENTS ?

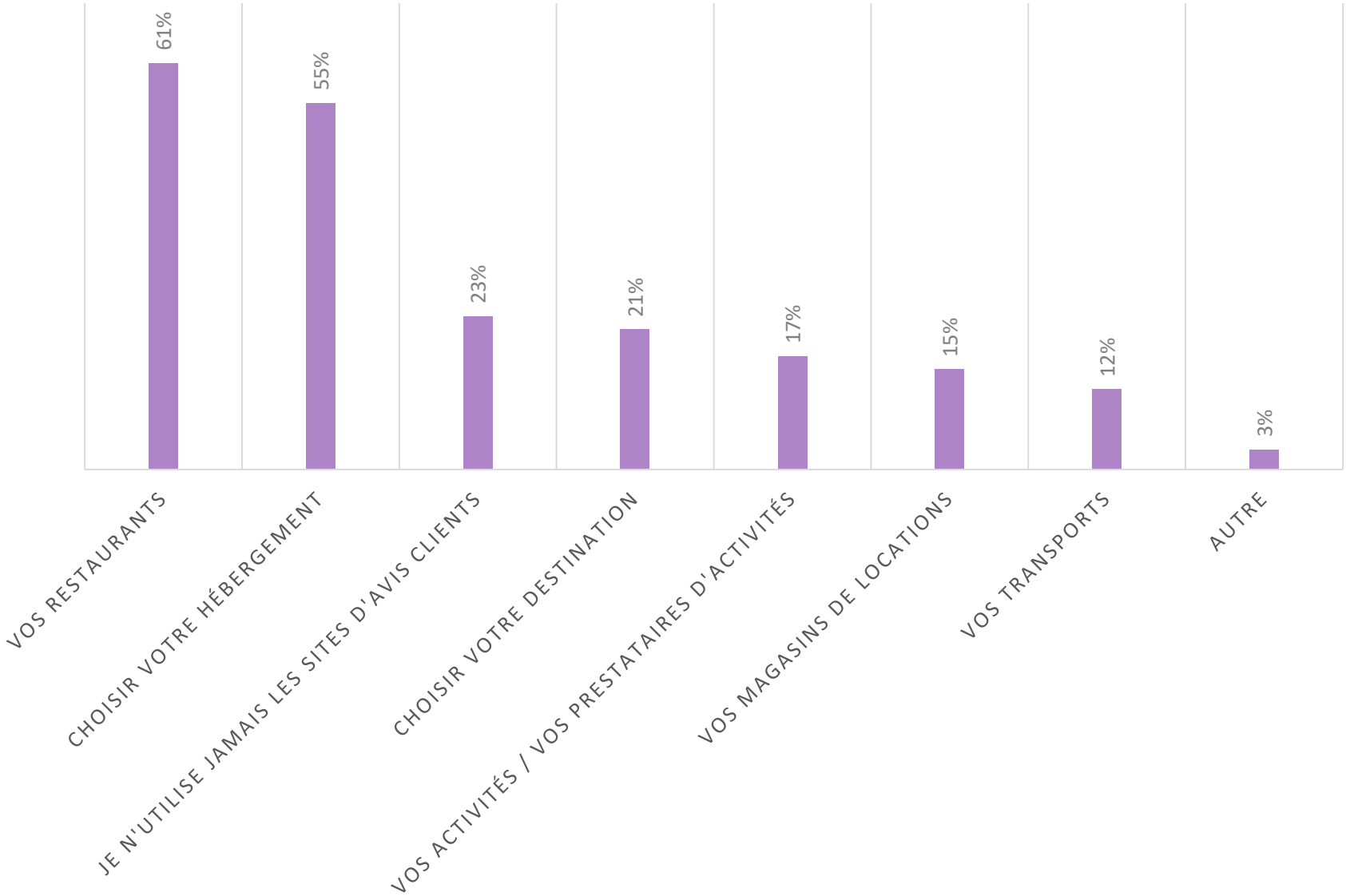


POUR QUELS TYPES D'ACHAT ?



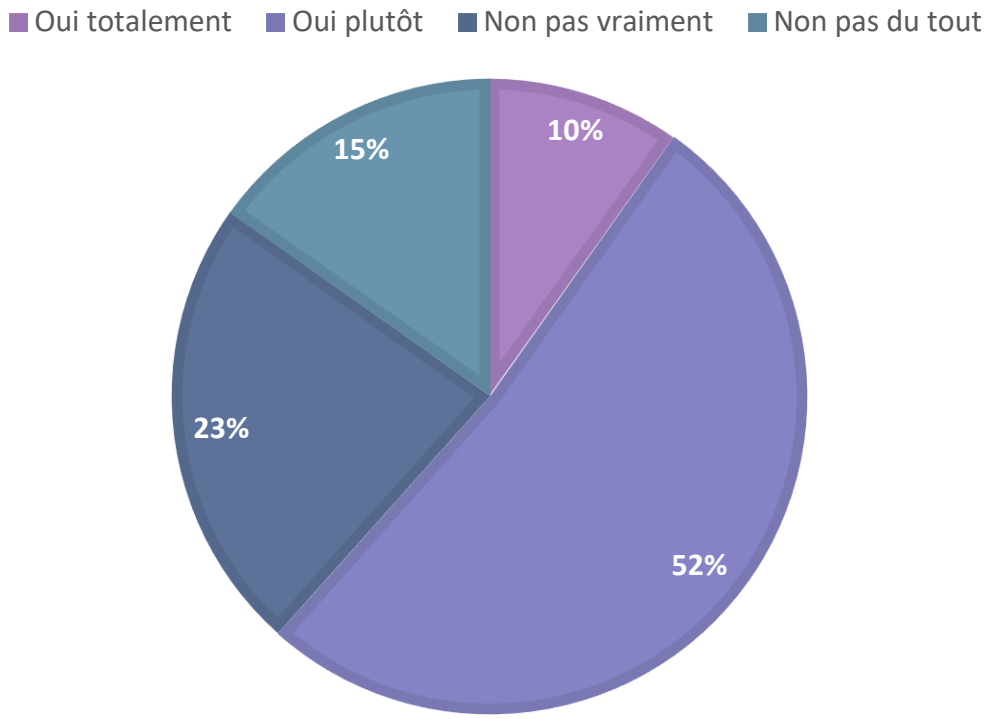
LES AVIS CLIENTS

POUR LES VACANCES, AVEZ-VOUS DÉJÀ UTILISÉ DES AVIS CLIENTS POUR :

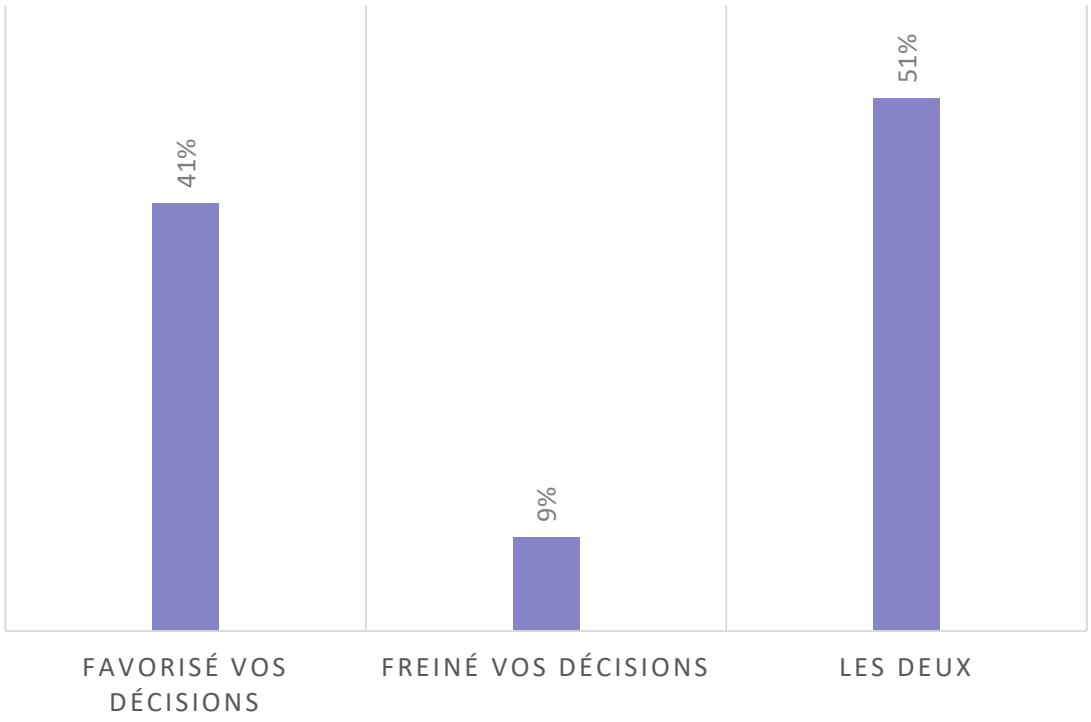


LES AVIS CLIENTS

LES AVIS CLIENTS ONT-ILS DÉJÀ INFLUENCÉ VOS DÉCISIONS D'ACHAT ?

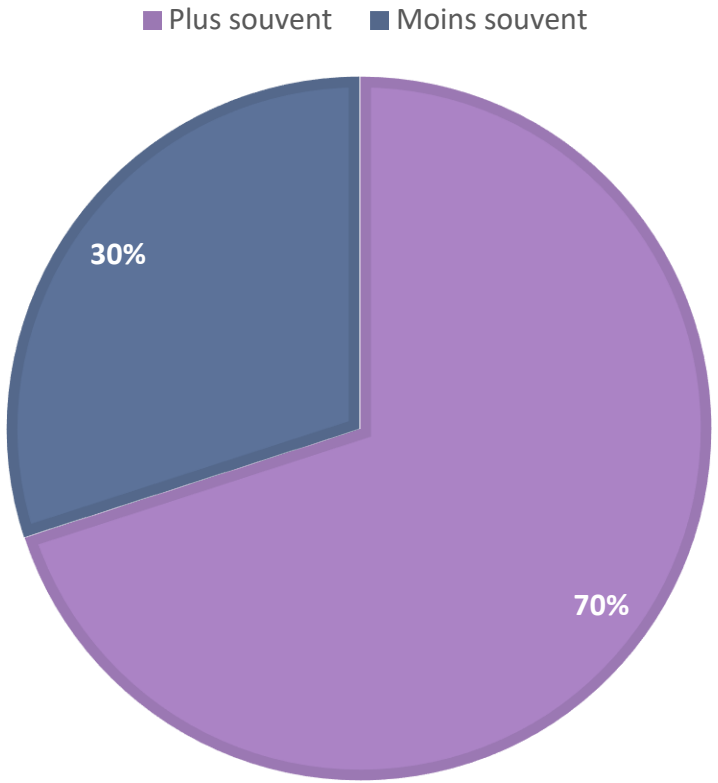


CELA A-T-IL…



LES AVIS CLIENTS

DEPUIS CES DEUX OU TROIS DERNIÈRES ANNÉES, ESTIMEZ-VOUS QUE VOUS UTILISEZ PLUS OU MOINS QU'AVANT LES SITES D'AVIS CLIENTS ?



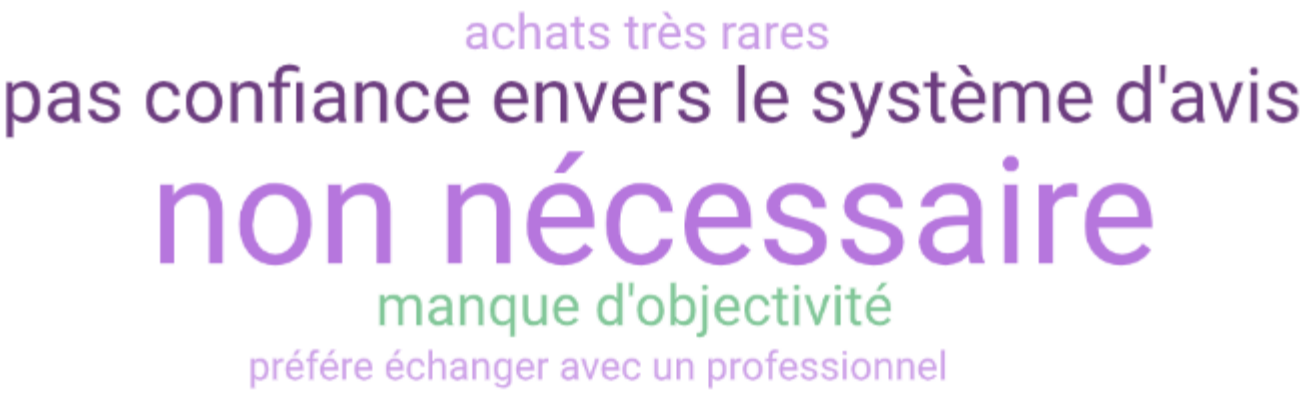
LES AVIS CLIENTS

SI « PLUS SOUVENT » POUR QUELLES RAISONS ?

L'aide à la décision, l'aperçu de la qualité de l'offre, la recherche de renseignements et le fait de vouloir éviter les déceptions sont les principales raisons pour lesquelles les clients consultent des avis plus souvent qu'auparavant.

LES AVIS CLIENTS

SI « MOINS SOUVENT » POUR QUELLES RAISONS ?



Beaucoup de doutes concernant la véracité des avis publiés, ce qui entraîne une méfiance du consommateur.

LES AVIS CLIENTS

POUR QUELLES RAISONS N'AVEZ-VOUS PAS OU PEU CONFIANCE DANS LES AVIS ?

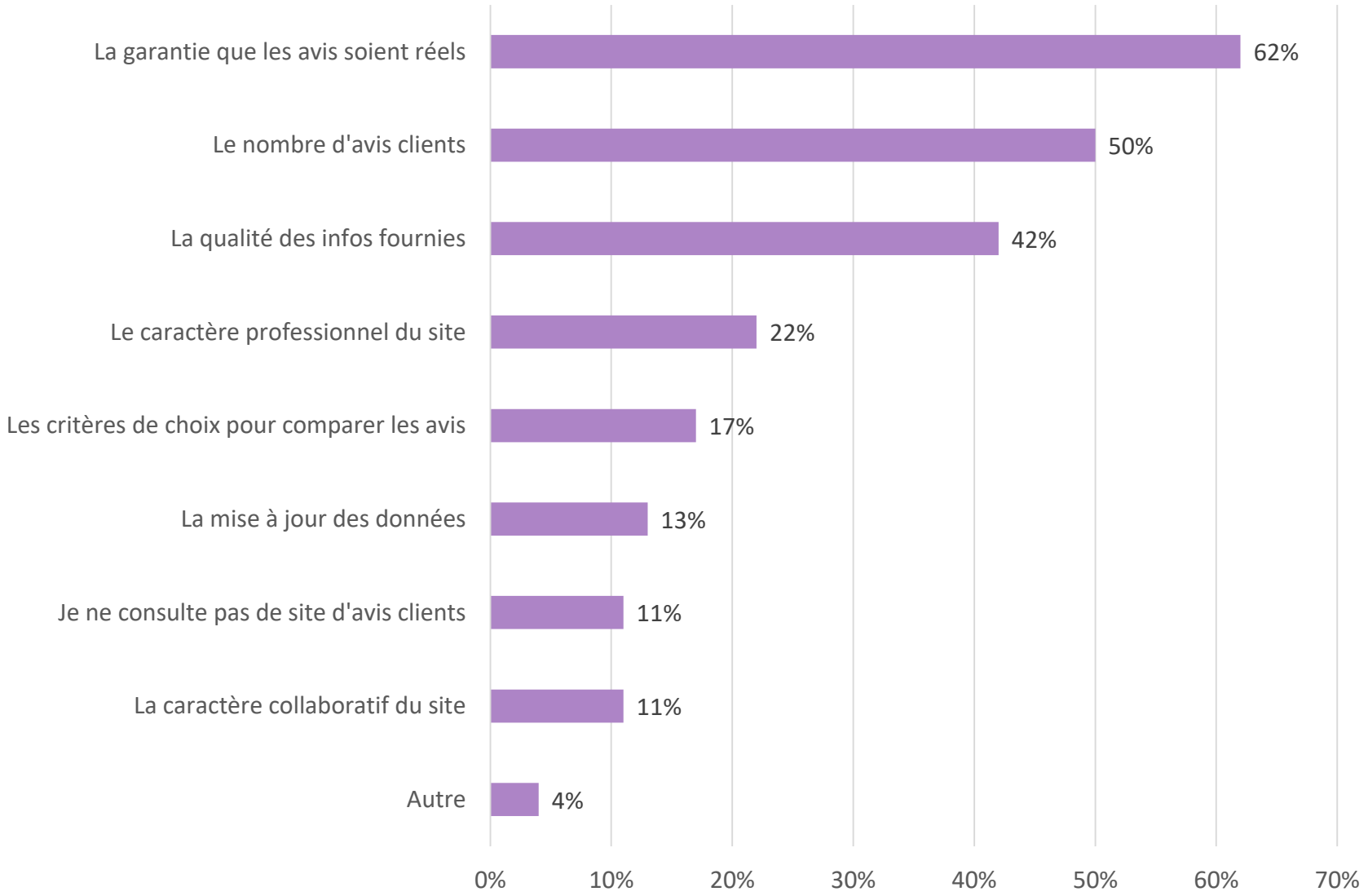
Les consommateurs peuvent exprimer une réelle méfiance envers les sites d'avis clients. Les avis peuvent être faux : la personne n'a peut-être pas réellement testé le produit ou le service, les annonceurs orientent parfois les avis, seuls les meilleurs avis sont publiés, les concurrents peuvent se venger en laissant un mauvais commentaire etc…

La subjectivité des avis semblent être un frein pour les consommateurs qui sont conscients que l'expérience et les attentes varient en fonction de chaque personne. Cependant, ils se mettent d'accord sur le fait qu'un ensemble d'avis permet d'indiquer une tendance.

→ Ski Guru répond et rassure sur une éventuelle défiance, car les avis sont « garantis ».

LES AVIS CLIENTS

QU'EST-CE QUI VOUS DONNE LE PLUS CONFIANCE SUR UN SITE D'AVIS CLIENTS ?



LES AVIS CLIENTS

QU'EST CE QUI VOUS PLAÎT DANS LES AVIS CLIENTS ?

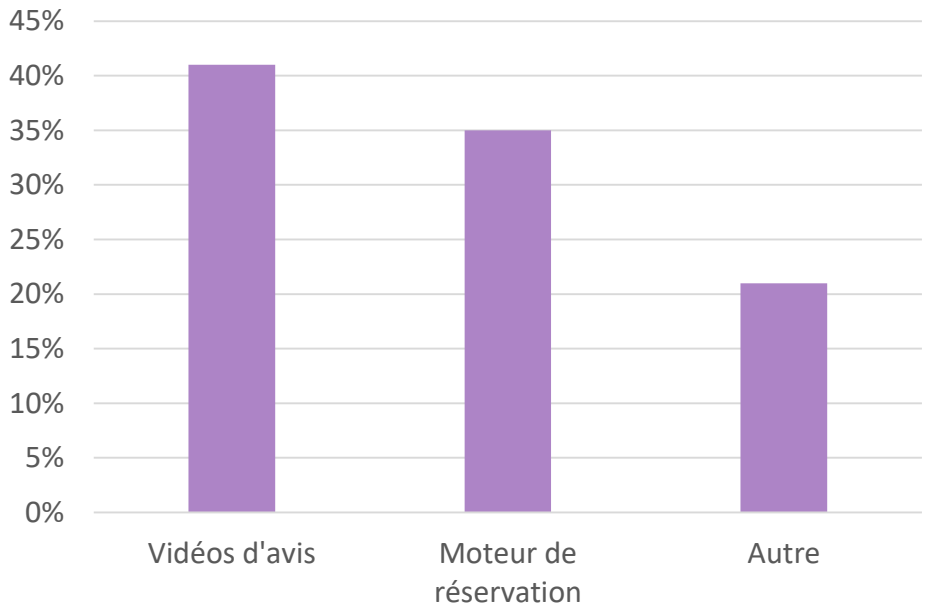
QU'EST CE QUI VOUS DÉPLAÎT DANS LES AVIS CLIENTS ?

LES AVIS CLIENTS

DANS VOS PROCESSUS D'ACHATS, FAITES VOUS DAVANTAGE CONFIANCE (POUR CHACUN DES ITEMS METTRE UNE NOTE DE 0 À 10, 0 = PAS CONFIANCE, 10 = TRÈS CONFIANCE) :

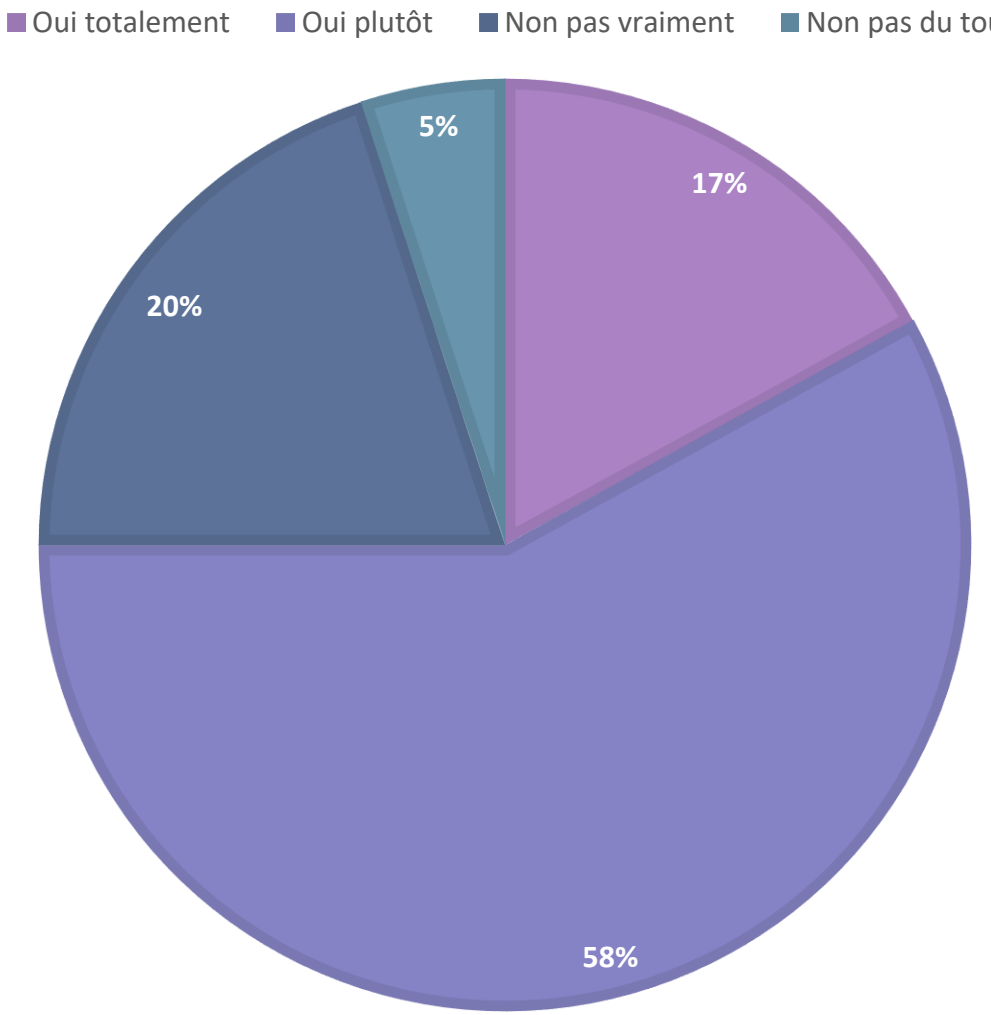
	Moyenne
AU SITE COMMERÇANT	6,24
AU SITE D'AVIS CLIENTS	6,43

QU'AIMERIEZ-VOUS TROUVER DANS UN SITE D'AVIS CLIENTS DESTINÉS AUX PRATIQUANTS DE LA MONTAGNE ?



LES AVIS CLIENTS

UN SITE D'AVIS CLIENTS SPÉCIALISÉ DANS LES STATIONS DE SKI VOUS INTÉRESSERAIT-IL ?



LES AVIS CLIENTS – SYNTHESE

41% de l'échantillon interrogé utilisent déjà les sites d'avis clients au quotidien.

Les vacances (71%) font partie des sujets les plus plébiscités par l'échantillon pour la consultation des avis clients, derrière les restaurants.

Les sites d'avis clients influencent les décisions d'achat à 60%.

70% de l'échantillon affirment qu'ils utilisent davantage les sites d'avis clients qu'auparavant.

La fiabilité des sites d'avis clients reposent sur deux éléments essentiels : la garantie des avis et le volume d'avis présent.

Ski Guru répond à ces deux éléments essentiels de rassurance avec :

Des avis « garantis »
&
Un volume d'avis inégalé en montagne : 30 000 avis

CONTACT

Véronique VIAL-MALLIET

veronique.vial@g2a-consulting.fr

06 79 17 26 96