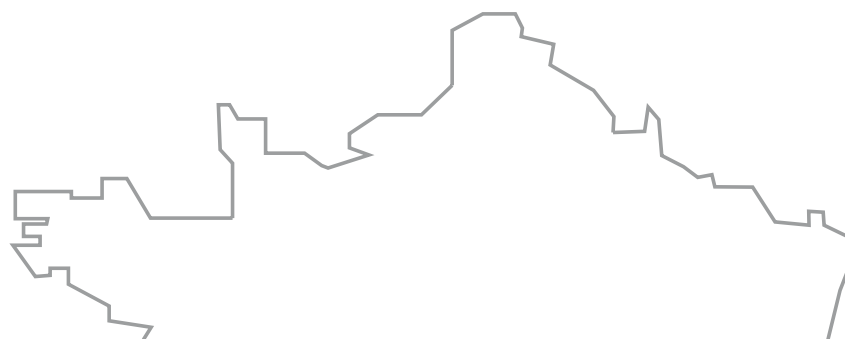


# Baromètre AGV 2014



Enquête annuelle de **satisfaction**  
**des agences de voyage** françaises  
vis-à-vis de leurs fournisseurs

Tours-opérateurs - Transporteurs - Hôteliers  
Croisiéristes - Loueurs - Assureurs - GDS





Vous multipliez les supports et actions vis-à-vis de la distribution...

Avez-vous déjà mesuré la satisfaction des vendeurs vis-à-vis de tous les outils de votre dispositif marketing et commercial ?

Votre offre change chaque année...

Savez-vous comment vos produits sont perçus par rapport à ceux de vos concurrents ?

Vous cherchez à optimiser votre politique commerciale...

Vérifiez-vous si votre politique de rémunération et vos promotions sont appréciées par les vendeurs ?



# Pourquoi ce baromètre ?

Le **Baromètre AGV France** d'Invescomm, mesure annuellement le degré de satisfaction des agents de voyage en France et analyse quelles sont leurs attentes vis-à-vis de leurs fournisseurs (TO, compagnies de croisières, transporteurs, loueurs, Hébergement, GDS et assurances).

## ▶▶▶ Objectifs

Les résultats de l'enquête permettent aux fournisseurs :

- de **mesurer le niveau de satisfaction de la distribution** sur les brochures, sites internet, service réservation, force de vente, promotions, éductours, politique de rémunération...
- de **benchmarker leurs points forts et points faibles perçus** par les agents de voyage par rapport à leurs concurrents.
- de **mieux comprendre les comportements et attentes des vendeurs en agences de voyages** : outils et promotions les plus efficaces, politiques de rémunération les plus appréciées...
- d'**optimiser** ainsi **l'efficacité et le pilotage** de leur investissement marketing.

## Méthodologie

- **Population cible** : les 17 000 chefs d'agence et agents de comptoir de tous les réseaux de distribution de voyages de France, soit environ 4 500 agences de voyages
- **Mode de recueil** : questionnaires électroniques auto-administrés (cinq panels de TO construits par marché de référence)
- **Réalisation de l'enquête** : mars-juillet 2014
- **Disponibilité des résultats** : septembre 2014

## Périodicité

Cette enquête en est à sa 5<sup>ème</sup> édition (elle a été initiée en 2010). Elle est actualisée tous les ans pour devenir un véritable **outil opérationnel de pilotage** de l'activité marketing et commerciale pour les tour-opérateurs.

## Les réseaux interrogés (+ les agences indépendantes)



TourCom



HAVAS VOYAGES

NOUVELLES FRONTIÈRES

































































CEDiV





# Les sociétés analysées

- ▶ Le **Baromètre AGV France** est composé de 5 catégories regroupant des sociétés concurrentes sur leur marché.
- ▶ Chacune de ces catégories fait l'objet d'une enquête web spécifique.

Catégorie	TO		Croisiéristes	Transporteurs	Hébergeurs	Services (GDS et assurances)
Nombre	20		9	12	10	11
Société	                   	        	           	         	          	



# Contenu des questionnaires

Chacune des catégories fait l'objet d'un questionnaire spécifique permettant de connaître la perception et la satisfaction des agents de voyages sur l'ensemble des éléments du dispositif commercial et marketing, de la relation commerciale, de l'offre...des fournisseurs des agences de voyages.

## 1 ▶ Outils de vente

- Outils les plus utilisés pour vendre
- Brochures
- Site internet B to B agences
- Réservation téléphonique
- E-mailing
- Supports agence (PLV, Flyers et affiches...)

## 2 ▶ Relation commerciale

- Attaché commercial agence
- Rémunération agences (commissions...)
- Formation (workshops, e-learning, 1to1...)
- Gestion après-vente

## 3 ▶ Offre

- Qualité
- Disponibilité (stock...)
- Originalité / innovation
- Rapport qualité - prix
- Points forts - Points faibles

## 4 ▶ Politique commerciale et promotionnelle

- Promotions

## 5 ▶ Satisfaction client final

- Satisfaction client final

## 6 ▶ Image de marque

- Image (très positive - très négative)
- Tendance (montante / déclinante)
- Recommandation de marques

## 7 ▶ Questions ouvertes

- Critères de choix d'un TO /croisiériste/hébergeur/  
Transporteur /assureur/GDS
- Suggestions d'amélioration

## ▶ Questions spécifiques GDS

- Facilité d'utilisation
- Fiabilité
- Rapidité
- Facturation
- Reporting

Possibilités de tris croisés sur toutes les réponses par :

- Réseau
- Département / région
- Nombre de dossiers réalisés en 2013

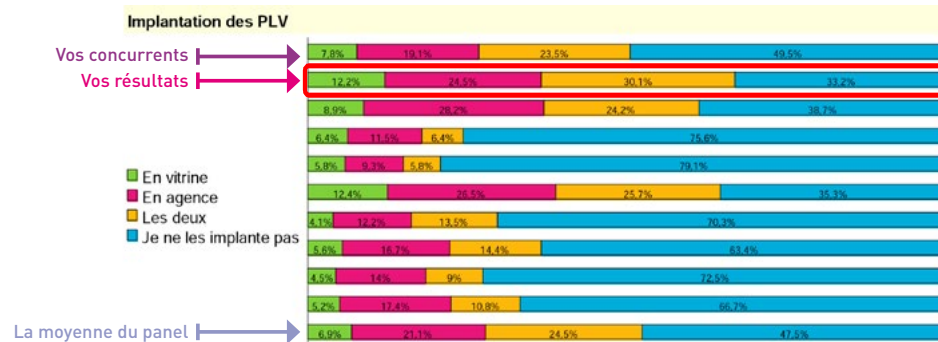
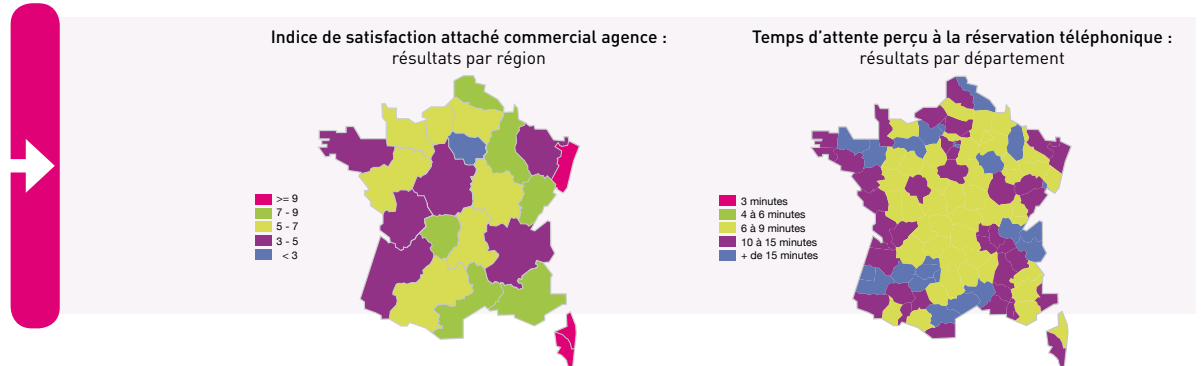


# Exemples de présentation de résultats

Afin de garantir le maximum de valeur ajoutée lors de l'analyse, Invescomm propose plusieurs modes de restitution des résultats pour chaque variable du questionnaire.

## En mode cartographique

Pour vous permettre de visualiser plus clairement les différences de résultats en fonction des territoires.



## En mode détaillé

Pour vous permettre d'avoir le détail précis des réponses sur chaque modalité.

## En mode benchmarking

Pour vous permettre de benchmarker vos résultats avec ceux de tous vos concurrents.





### Les logos à la disposition des N°1



Catégorie Grands TO



Catégorie TO Spécialistes



Catégorie Croisiéristes



Catégorie Hébergeurs



Catégorie Transporteurs



Catégorie GDS



Catégorie Assureurs

## Découverte

1 800 euros H.T.

- Une synthèse des résultats pour **1 société d'une catégorie** incluant :
  - ▶ un **benchmark anonyme** des réponses avec la moyenne du panel et du marché.

## Premium

3 200 euros H.T.

- Une **synthèse personnalisée** des résultats pour **toutes les sociétés** d'une catégorie incluant :
  - ▶ un **benchmark nominatif** des réponses pour toutes les sociétés de cette catégorie,
  - ▶ la restitution exhaustive des verbatims,
  - ▶ 3 tris croisés et filtres sur votre demande, pour analyser plus en profondeur,
  - ▶ une mise à disposition de logo en cas de position de N°1 d'une catégorie.

## Full service

5 500 euros H.T.

- Une **synthèse personnalisée** des résultats pour **toutes les sociétés** d'une catégorie incluant :
  - ▶ un **benchmark nominatif** des réponses à chaque question pour toutes les sociétés de cette catégorie,
  - ▶ la restitution exhaustive des verbatims,
  - ▶ 3 tris croisés et filtres sur votre demande, pour analyser plus en profondeur,
  - ▶ une mise à disposition de logo en cas de position de N°1 d'une catégorie,
  - ▶ l'insertion d'une page avec une ou des questions personnalisées avec résultats confidentiels réservés au commanditaire,
  - ▶ une présentation des résultats de deux heures à votre comité de direction ou équipe marketing (si déplacement hors IDF, coût du transport non compris).
- Une **étude qualitative** :
  - ▶ 20 entretiens téléphoniques semi-directifs avec des AGV pour approfondir les points clés (questions définies en collaboration avec les souscripteurs).



invescomm

## Invescomm est un cabinet de conseil et d'études basé à Paris et Lyon

### Une expertise du secteur du tourisme

- Études ad-hoc pour les TO, groupes hôteliers, transporteurs, offices du tourisme, prestataires
- Baromètres annuels : Satisfaction TO/AGV, comportements et attentes voyageurs français

### Des prestations personnalisées

- **Études qualitatives**  
Entretiens individuels,  
Mini-groupes,  
Groupes qualitatifs.
- **Études quantitatives**  
Méthodologies internet/ téléphone / terrain,  
Bilans d'impact,  
Baromètres.
- **Benchmarking**

## Responsable de l'étude



Patrick FEMINIER  
Directeur Associé

[patrick.feminier@invescomm.com](mailto:patrick.feminier@invescomm.com)  
tél. : 01 42 03 45 53





- Nom .....
- Prénom .....
- Fonction .....
- Raison sociale entreprise .....
- Adresse .....
- Code Postal .....
- Ville .....
- Téléphone .....
- E-Mail .....

## ▶▶▶ À nous retourner

▶ par envoi du document  
scanné à :

[contact@invescomm.com](mailto:contact@invescomm.com)

▶ par courrier :  
**invescomm**

**91, rue du faubourg Saint-Denis  
75010 Paris**

Merci de bien vouloir joindre à la commande  
votre règlement

- par chèque à l'ordre de INVESCOMM
- par virement en tenant compte des  
références bancaires suivantes :

BIC : CCFRFRPP

IBAN : FR76 3005 6009 4909 4901 5602 397

*Une facture acquittée vous sera envoyée  
en retour.*

## ▶▶▶ Je choisis l'offre commerciale suivante

- |  | <b>T.T.C.</b>  |
|--|----------------|
| <input type="checkbox"/> Offre <u>Découverte</u> .....   | <b>2 177 €</b> |
| <input type="checkbox"/> Offre <u>Premium</u> .....      | <b>3 827 €</b> |
| <input type="checkbox"/> Offre <u>Full service</u> ..... | <b>6 578 €</b> |

Exemplaire imprimé et routé (par unité) ..... x **42 €**

■ **Total** .....   €

**Cachet de l'entreprise**

**Signature**

suivie de la mention "bon pour accord"

à ..... le .....

Prix Hors Taxes. Offre soumise à durée  
d'engagement. Conditions détaillées  
auprès de votre interlocuteur  
Invescomm ou dans les Conditions  
Générales de vente de Invescomm.  
L'acceptation du présent bon de  
commande implique l'acceptation de  
nos conditions générales de service  
disponibles sur simple demande.