



Améliorez vos programmes hôteliers



Principaux objectifs des acheteurs de voyages en 2019



1. Réduction des coûts des programmes



2. Conformité aux politiques voyages



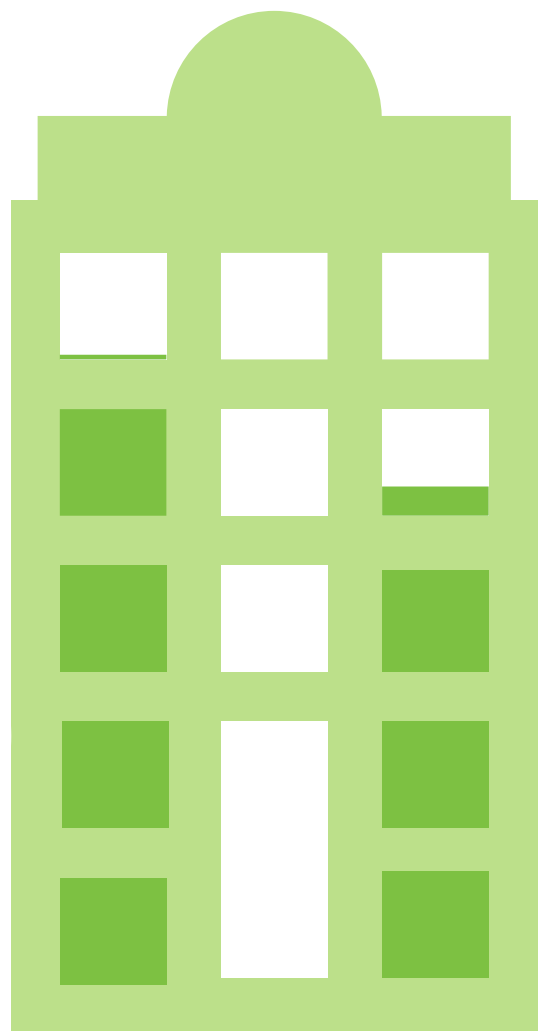
3. Amélioration de la satisfaction des voyageurs

Objectif 1 : Réduire les coûts des programmes



Dans le cadre de leurs voyages d'affaires, les voyageurs sont prêts à dépenser davantage si le tarif autorisé ne couvre pas leurs besoins.

Bien que **82 %** des voyageurs d'affaires déclarent presque toujours rester dans les limites du tarif autorisé,



66 % d'entre eux disent souhaiter que ce tarif soit revu à la hausse pour séjourner dans les établissements sélectionnés par leur entreprise

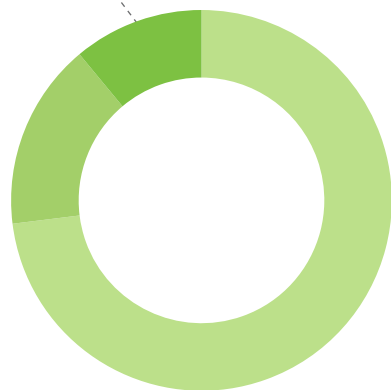
Objectif 1 : Réduire les coûts des programmes



Régulièrement des écarts sont constatés entre les établissements fréquentés par les voyageurs et ceux autorisés à la réservation.

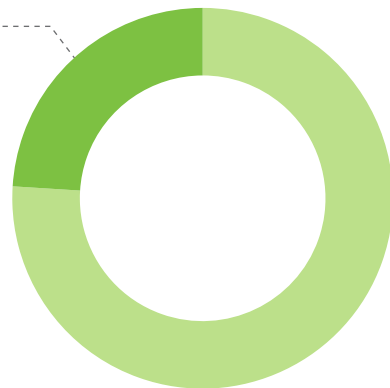
11 %

des acheteurs de voyages permettent « souvent » ou « toujours » aux voyageurs d'effectuer des réservations dans des établissements de luxe



23 %

des voyageurs déclarent séjourner le plus souvent dans des établissements de luxe



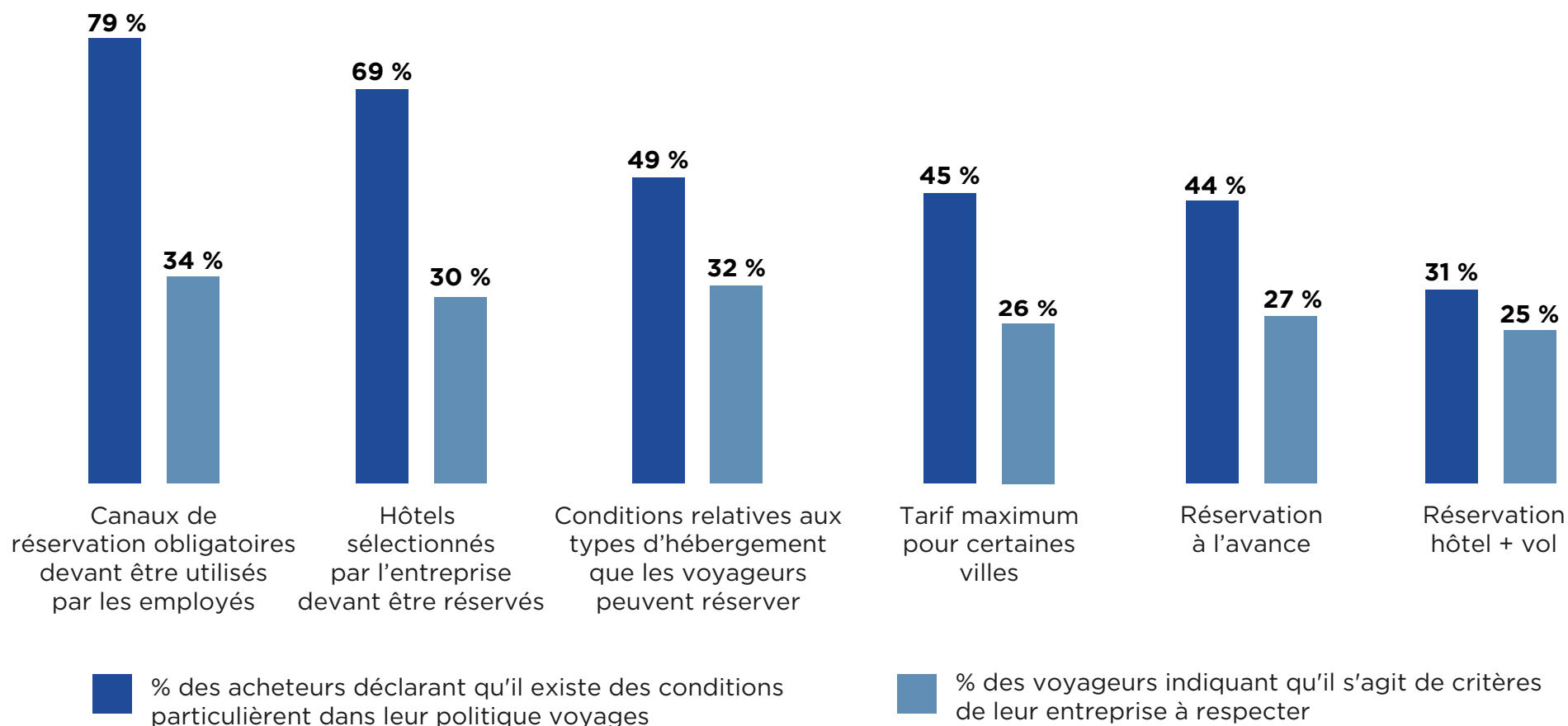
Un tiers des voyageurs d'affaires se disent prêts à dépenser **31 \$ ou plus** pour accéder à un confort plus adapté à leurs besoins

Objectif 2 : Renforcer la conformité aux politiques voyages



En moyenne, les acheteurs de voyages constatent qu'**un tiers (32 %)** des réservations ne pas conformes à la politique voyages

Les voyageurs ne connaissent donc peut-être pas les conditions de leurs politiques voyages



Objectif 2 : Renforcer la conformité aux politiques voyages



Concernant la disponibilité, il existe un décalage entre les attentes des voyageurs et les offres disponibles



26 %

des acheteurs de voyages déclarent qu'il est difficile de trouver un établissement proche de leur destination constitue un défi pour la conformité



73 %

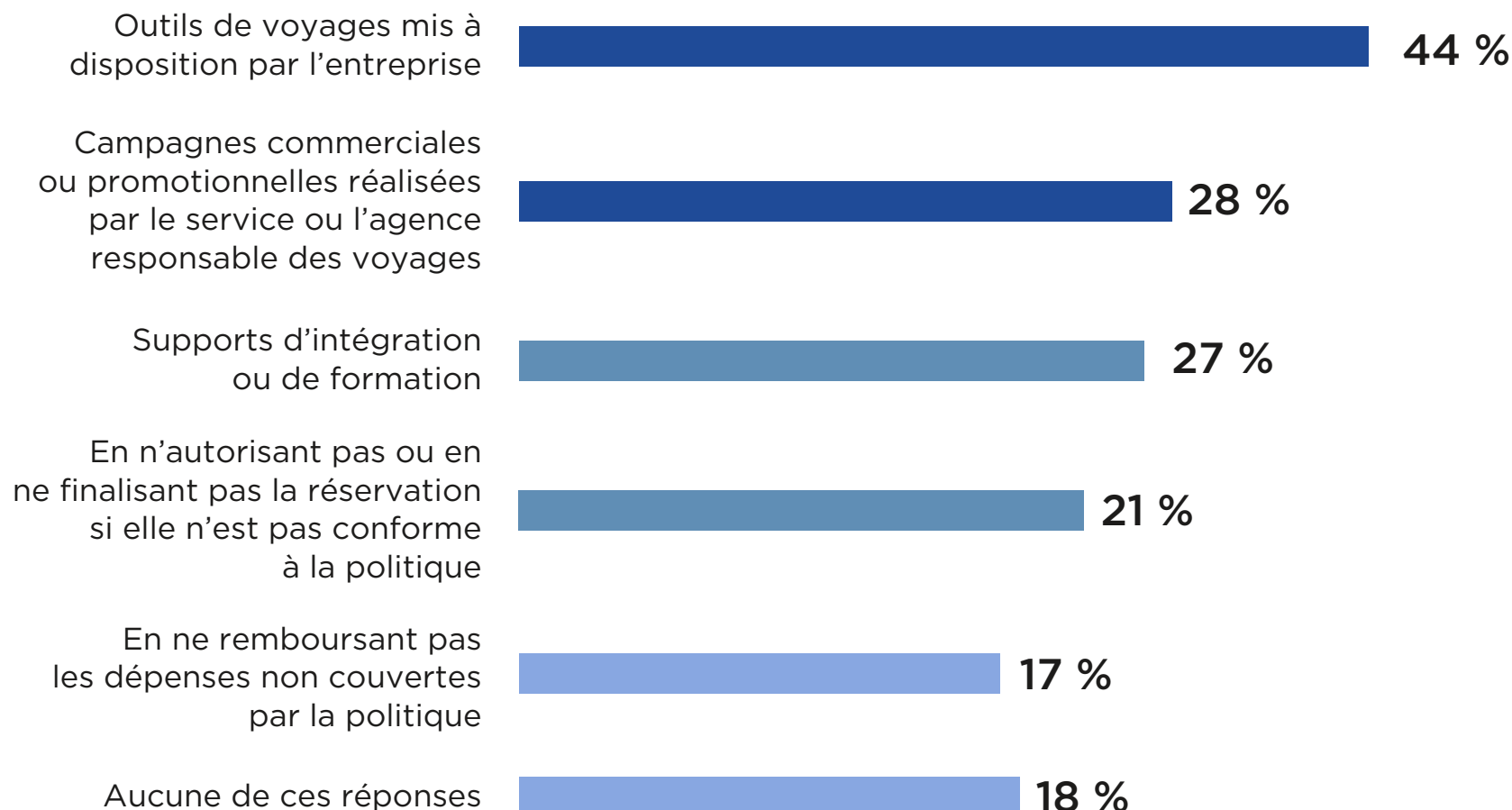
des voyageurs d'affaires déclarent que la recherche d'un hôtel proche de leur destination représente une difficulté inhérente à leur programme voyages

Objectif 2 : Renforcer la conformité aux politiques voyages



Les voyageurs font état d'un manque de communication concernant les politiques voyages, même si 62 % des acheteurs de voyages déclarent leur fournir toutes les informations nécessaires

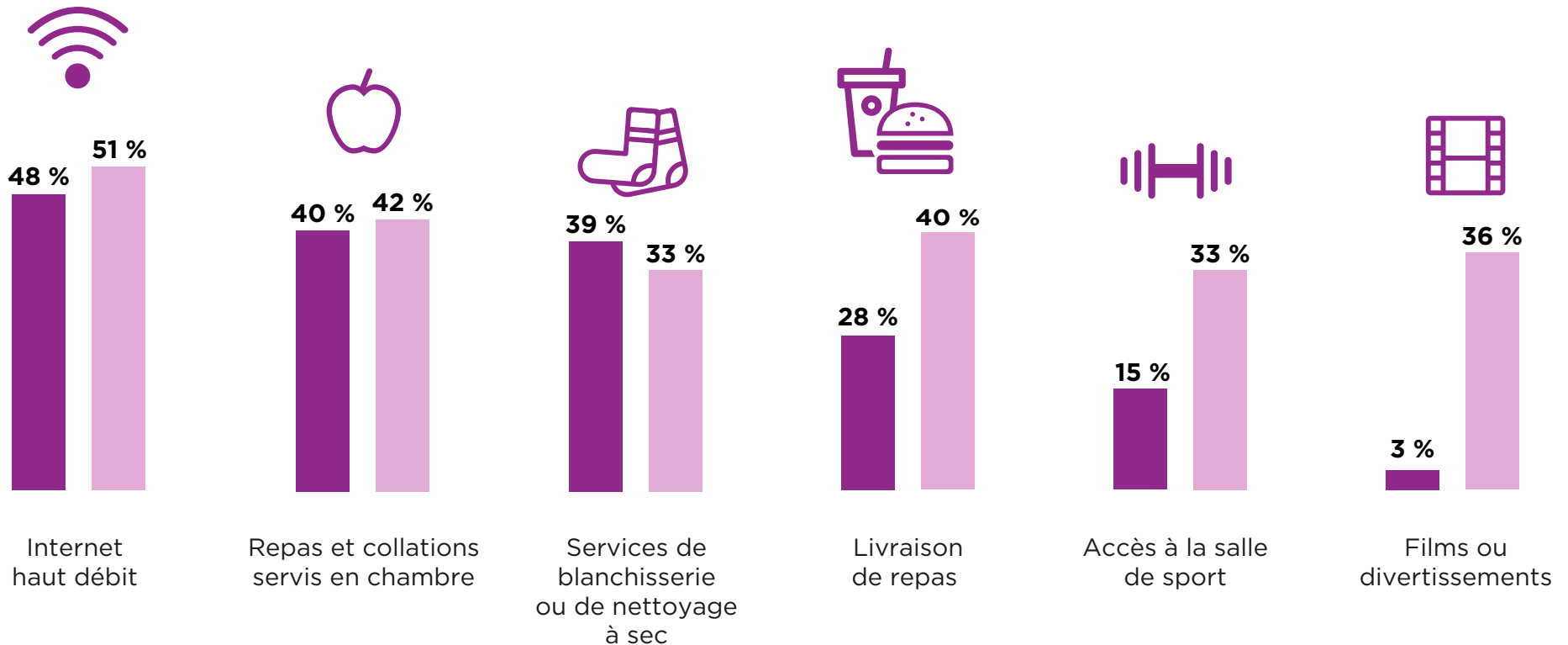
Comment la politique voyages est-elle communiquée par votre entreprise?



Objectif 3 : Améliorer la satisfaction des voyageurs



Les voyageurs souhaitent des services additionnels qui ne sont pas toujours inclus dans les politiques voyages



■ % des acheteurs déclarant que les services sont autorisés ou remboursés dans la politique voyages

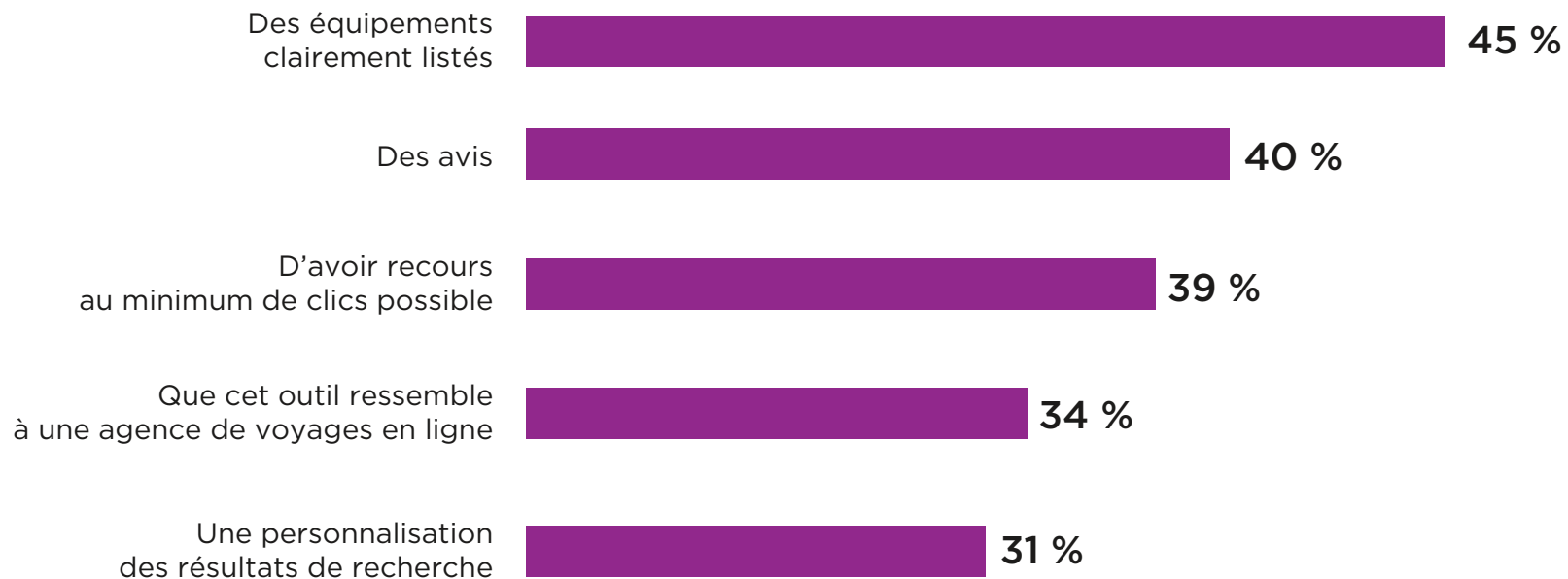
■ % de voyageurs d'affaires qui achèteraient davantage de services s'ils n'étaient pas limités par la politique voyages

Objectif 3 : Améliorer la satisfaction des voyageurs



52 % des voyageurs d'affaires déclarent que leur outil de réservation en ligne représente l'une des principales difficultés inhérentes à leur programme de voyages

Qu'attendent les voyageurs d'un outil de réservation en ligne ?



Méthodologie

Double démarche

- Enquête en ligne réalisée auprès de 265 acheteurs de voyages aux États-Unis (131) et en Europe (134)
 - Enquête effectuée entre le 19 septembre 2018 et le 12 octobre 2018
- Enquête réalisée auprès de 750 voyageurs d'affaires aux États-Unis (247), au Royaume-Uni (254) et en France (249)
 - Les caractéristiques des personnes interrogées :
 - Travaillaient à temps plein ou à temps partiel
 - Avaient voyagé pour affaires plus d'une fois au cours de la dernière année
 - Enquête effectuée entre le 5 et le 15 octobre 2018

À propos de l'association GBTA

L'association Global Business Travel Association (GBTA) représente l'industrie des voyages d'affaires et est la plus grande association professionnelle du monde avec un budget de 1,4 billion de dollars. Notre effectif mondial compte plus de 9 000 professionnels du voyage d'affaires présents sur tous les continents. Collectivement, nos membres contrôlent directement plus de 345 milliards de dollars de dépenses annuelles liées aux voyages d'affaires et aux réunions à l'échelle mondiale et représentent également tous les aspects du marché mondial de l'industrie du voyage.

