

Analyse Marketing

Fanny Bardoux
Hugo Butel
Élodie Goossens

Henri-Hubert Michel
William Westerloppe



Sommaire

Le contexte	3
Analyse marketing	4
Marco Vasco	5
Comptoir des voyages	11
Club Faune	17
Marketing opérationnel	23
Mail	24
Réseaux sociaux	25
Support print	27
Référencement	28

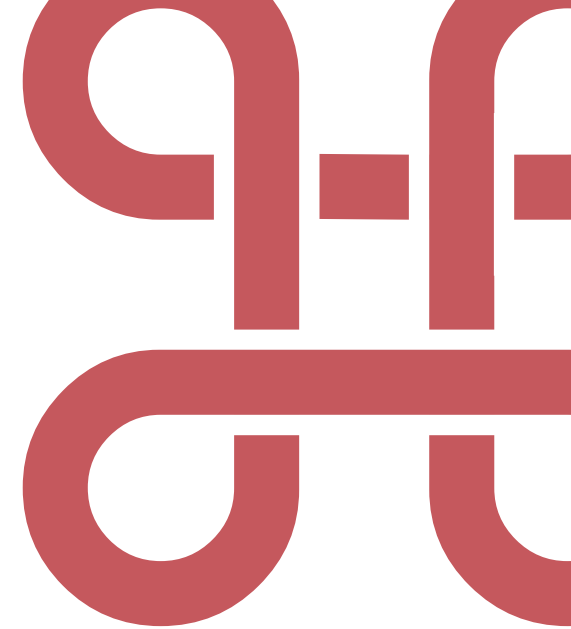
Le contexte

Georges est un voyageur aguerri, il a acquis son expérience du voyage à travers ses nombreuses expéditions en parcourant le globe.

George privilégie le contact humain lors de ses aventures, c'est cette philosophie qu'il a voulu faire partager en créant son agence de voyage : celle-ci propose des destinations différentes des "usines à voyage" comme il aime en parler.

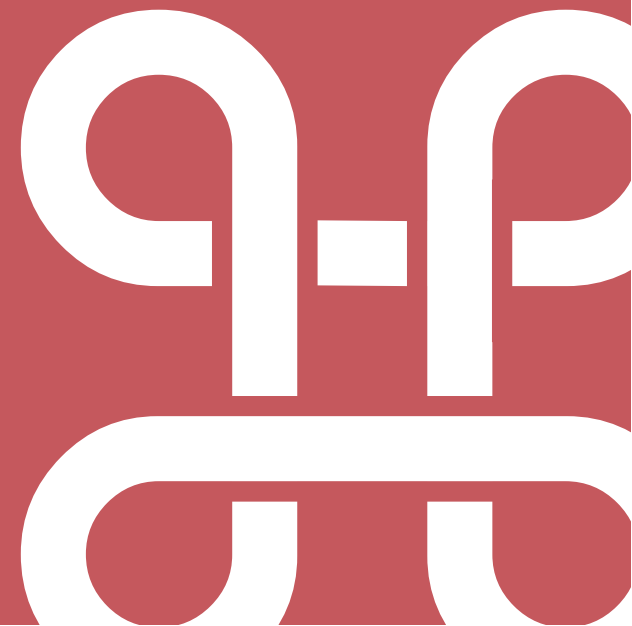
A ce titre Georges nous a demandé de concevoir le site de son agence de voyage qui se veut différente des autres.

Dans cet esprit et contrairement aux nombreux sites de voyages que l'on peut voir aujourd'hui, ce site sera plutôt axé sur la découverte et l'inattendu.



Analyse marketing

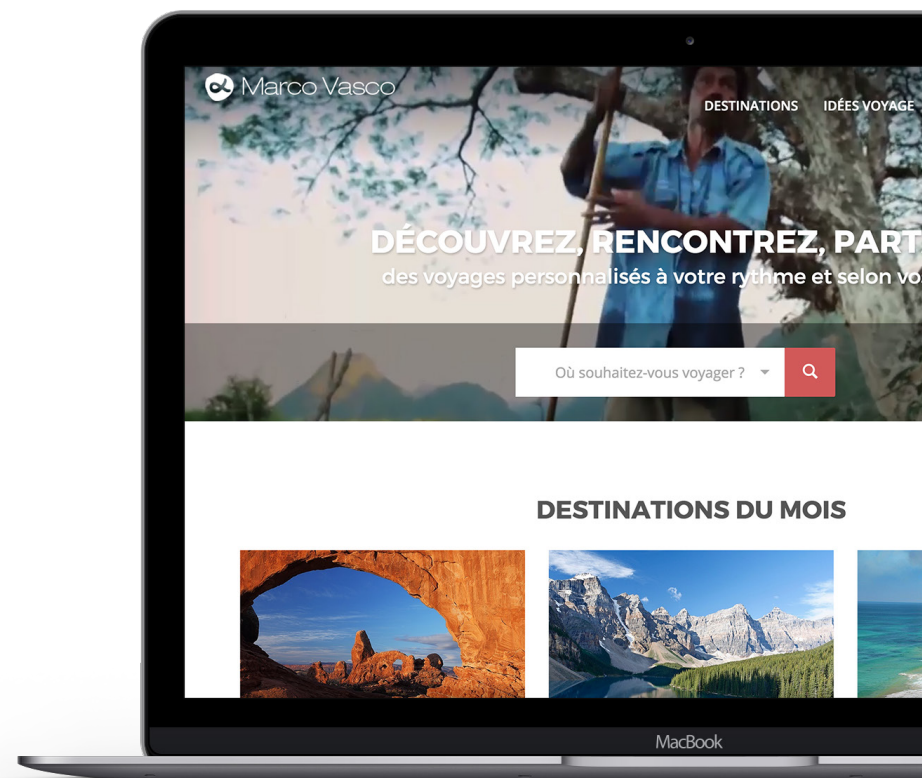
Marco Vasco	5
Comptoir des voyages	11
Club faune	17



Marco Vasco

Créé en 2007 par trois entrepreneurs globe-trotters passionnés, Marco Vasco est bien plus qu'un tour-opérateur long et moyen-courrier.

Marco Vasco c'est une philosophie du voyage, une manière d'être axée sur le partage, la convivialité et les rencontres humaines. Bien plus que de simples voyages, ce sont des émotions, des expériences et de véritables découvertes à partager qu'offre Marco Vasco, avec un seul mot d'ordre : réveiller l'âme d'explorateur qui sommeille en chacun.



Informations

Ce benchmark a été réalisé le 30 Juin 2015, il est possible que le site est subi des modifications entre-temps.

Légendes : **Excellent** [5] - **Très bien** [4] - **Bien** [3] - **Moyen** [2] - **Insuffisant** [1] - Inexistant [NN]

Graphisme - [Coef 2]

Critères	Notes	Commentaires
Qualité des photos	4	Les visuels sont de bonne qualité. (respect du format, bonne définition).
Cohérence graphique	1	Les images et la vidéo en fonds sont en raccord avec le thème du voyage. Les couleurs sont complémentaires et agréables. Mais le site a été mis en ligne alors qu'une refonte est en cours. Celle-ci qui n'est pas totalement terminée et il n'est pas rare que l'ancien design s'affiche.

Critères	Notes	Commentaires
Navigation	5	La navigation est intuitive ; l'ensemble du site est accessible via la page d'accueil de façon organisée. L'utilisateur navigue facilement dès la première connexion. L'ensemble des destinations est accessible par le menu.
Expérience utilisateur	2	Le concept de "Destinations du mois" est utile à l'utilisateur qui ne sait pas où voyager. La place importante donnée aux visuels permet à l'utilisateur de voyager. Ceci étant, le fait d'avoir le nouveau site et l'ancien toujours apparent peut être déstabilisant.
Interface utilisateur	4	L'abonnement aux newsletters, le formulaire de contact sont mis en évidence et l'accès aux voyages du moment est facilité grâce aux miniatures.
Tunnel de conversion	5	L'utilisateur sélectionne de manière intuitive la catégorie de voyage qui l'intéresse et la personnalise "sur mesure". Par la suite un conseiller prendra contact avec lui pour l'aider à concevoir son voyage. Le menu est "supprimé" pour empêcher le client de quitter le tunnel de conversion.

Contenu - [Coef 3]

Critères	Notes	Commentaires
Contenu informationel	5	L'utilisateur a accès à toutes les informations utiles via la fiche voyage : nombres de jours/nuits, prix, les grandes étapes du voyage, la liste des Hôtels & des activités, une rubrique bon à savoir, une liste d'informations complètes (réservations des vols, meilleurs moments pour partir, ce que le prix comprend/ne comprend pas).
Qualité SEO	4	Beaucoup de contenus pertinents, le site est bien structuré et le partage de celui-ci via les réseaux sociaux lui permet d'augmenter son audience.
Offres promotionnelles	3	Le site propose des bon plans, des idées de voyages et une offre promotionnelle conditionnée par une adhésion au club sous forme d'une réduction qui peut aller jusqu'à 250€ sur le prochain voyage
Carnets de voyage	NN	Le site ne propose pas aux clients de créer un carnet de voyage.

Interactivité - [Coef 1]

Critères	Notes	Commentaires
Blog / Commentaires	4	L'espace commentaires est très fourni. Il est possible de consulter ceux-ci par destination. L'auteur du commentaire doit structurer son texte de la façon suivante : points forts et points d'améliorations. C'est intéressant pour le site mais également pour les futurs clients.
Notes	4	Les notes sont très bonnes, il ressort une moyenne de 8,8/10. En survolant les notes dans la zone de commentaires, il apparaît qu'aucune ne descend sous 7.

Accessibilité - [Coef 2]

Critères	Notes	Commentaires
Vitesse de chargement	2	Le temps de chargement du site est assez long.
Lisibilité textuelle	3	Dans l'ensemble le contraste est élevé ce qui donne une très bonne lisibilité mais sur certaines images il est parfois mauvais, un overlay aurait été judicieux. Le survol d'un menu est moins lisible : Gris foncé sur une couverture sombre.

Marketing / Communication - [Coef 2]

Critères	Notes	Commentaires
Qualité du message	5	"Découvrez, rencontrez, partagez des voyages personnalisés à votre rythme et selon vos envies" Le message reflète très bien l'idée du site : la personnalisation du voyage.
Cohérence Marketing	5	Champs lexical de l'explorateur : équipage, explorer, Marco Polo, découvrir etc... Le client est roi : "Où souhaitez-vous voyager ?" Il y a 130 spécialistes pays, le client peut obtenir un devis personnalisé ou alors appeler directement.

Comptoir des voyages

Comptoir des Voyages propose, depuis 25 ans, des voyages sur mesure dans une gamme de prix accessible à tous les voyageurs qui veulent vivre le pays de façon simple en s'y sentant accueilli.

Ainsi Comptoir des Voyages propose une vraie immersion dans la culture locale notamment au travers d'expériences authentiques et d'une sélection d'hébergement chez l'habitant et de petites adresses de charme.



Informations

Ce benchmark a été réalisé le 5 Août 2015, il est possible que le site est subi des modifications entre-temps.

Légendes : **Excellent** [5] - **Très bien** [4] - **Bien** [3] - **Moyen** [2] - **Insuffisant** [1] - **Inexistant** [NN]

Graphisme - [Coef 2]

Critères	Notes	Commentaires
Qualité des photos	4	Les visuels sont de bonne qualité. (respect du format, bonne définition).
Cohérence graphique	4	Les visuels sont beaux et en adéquation avec la philosophie du site. (le texte des bannières en accord avec les photos). Les couleurs dominantes du site sont harmonieuses: le blanc, le sable et le bleu sont utilisés

Critères	Notes	Commentaires
Navigation	5	La navigation est intuitive, l'ensemble du site est accessible via la page d'accueil de façon organisée. L'utilisateur navigue facilement dès la première connexion au site. L'ensemble des destinations est accessible par le menu.
Expérience utilisateur	4	Dès la page d'accueil, l'utilisateur se voit proposer des voyages, ainsi que la possibilité d'en chercher un selon des critères définis. La page "Style de voyage" offre la possibilité de choisir un voyage sur-mesure.
Interface utilisateur	3	Le site en lui-même, offre une interface intuitive mais pas novatrice, de plus on note l'absence du responsive design sur le site. Cela étant, le site est responsive sur mobile via l'adresse m.comptoir.fr
Tunnel de conversion	3	C'est en réalité une demande de contact/devis. L'utilisateur doit spécifier sa demande (ce qu'il aime, ses critères), puis ses coordonnées. Un conseiller prend ensuite contact avec l'utilisateur pour lui proposer un voyage en adéquation avec ses souhaits. Pour finir la partie « coordonnées » est trop détaillée, ce qui rend cette étape pénible.

Contenu - [Coef 3]

Critères	Notes	Commentaires
Contenu informationnel	5	L'utilisateur accède à toutes les informations utiles via la fiche voyage : nombres de jours/nuits, prix, les grandes étapes du voyage, la liste des Hôtels & des activités, une rubrique bon à savoir.
Qualité SEO	4	Beaucoup de contenus pertinents, le site est bien structuré, et le partage du site via les réseaux sociaux lui permet d'augmenter son audience.
Offres promotionnelles	NN	Le site ne propose pas d'offres promotionnelles aux clients.
Carnets de voyage	NN	Le site ne propose pas aux client de créer un carnet de voyage.

Interactivité - [Coef 1]

Critères	Notes	Commentaires
Blog / Commentaires	4	Le blog donne des idées de voyages aux utilisateurs. Il est bien conçu et agréable à parcourir. Il est possible de laisser des commentaires sur les articles.
Notes	5	Les notes sont très bonnes, une moyenne de 9.1/10, le site comptabilise au total près de 15000 avis.

Accessibilité - [Coef 2]

Critères	Notes	Commentaires
Vitesse de chargement	5	Le site est rapidement chargé. (pas d'images trop lourdes.).
Lisibilité textuelle	4	Dans l'ensemble le contraste est élevé, ce qui donne une très bonne lisibilité. Les textes accompagnant les images sont lisibles grâce à une ombre.

Marketing / Communication - [Coef 2]

Critères	Notes	Commentaires
Qualité du message	5	La bannière reprend 4 grandes idées soulignées par des visuels de bonne qualité. (immersion, voyages sur-mesure, conseil, services). En accord avec la thématique du site.
Cohérence Marketing	4	"L'immersion, la plus belle façon de voyager", leur slogan colle à leur image (vendre des voyages atypiques). C'est une façon d'expliquer que ce type de voyage est de meilleure qualité.

Club Faune

Depuis 30 ans, Club Faune réalise des voyages sur mesure « cousus main ».

Ils sont su fidéliser une clientèle de passionnés toujours à la recherche des tendances actuelles en matière de voyage de luxe.

Parce qu'on ne parle bien que des pays que l'on connaît bien et que l'on aime, les spécialistes Club Faune sillonnent le globe depuis toutes ces années, pour vous proposer des voyages uniques selon l'Esprit cher à Club Faune.



Informations

Ce benchmark a été réalisé le 6 Août 2015, il est possible que le site est subi des modifications entre-temps.

Légendes : **Excellent** [5] - **Très bien** [4] - **Bien** [3] - **Moyen** [2] - **Insuffisant** [1] - **Inexistant** [NN]

Graphisme - [Coef 2]

Critères	Notes	Commentaires
Qualité des photos	5	L'ensemble des visuels est de bonne qualité et en bonne définition. Les visuels correspondants aux voyages sont pertinents et particulièrement bien choisis.
Cohérence graphique	4	Les couleurs sont en adéquation avec le thème du site (safari), les couleurs blanche et beige en font un site élégant et raffiné.

Critères	Notes	Commentaires
Navigation	4	La "prise en main" du site se fait très rapidement, le menu du header affiche les grandes catégories : Accueil, Présentation, destinations, thèmes, guide, contact et devis, blog.
Expérience utilisateur	4	Les boutons d'action sont instinctifs, la page d'accueil joue son rôle de fil directeur. On note également que le site est responsive.
Interface utilisateur	3	Certains éléments comme les formulaires ne sont pas confortables pour l'utilisateur. Les champs non-remplis ne sont pas clairement indiqués et certains input sont effacés et doivent être sélectionnés de nouveau par l'utilisateur.
Tunnel de conversion	3	Il s'agit d'une demande de devis. Contrairement aux autres sites, Club Faune ne demande pas autant de renseignements sur les préférences du client. Par conséquent le devis sur ce site est moins pertinent.

Contenu - [Coef 3]

Critères	Notes	Commentaires
Contenu informationel	3	<p>Les principales informations sont présentes sur la fiche voyage. On y retrouve le programme jour par jour, le prix et ce qu'il comprend.</p> <p>On regrette cependant l'absence d'indications sur le voyage (vaccins, à prévoir ..) et conseils pour la destination.</p>
Qualité SEO	3	<p>La présence sur les réseaux sociaux et la présence du blog "club faune" apporte un plus en matière de SEO.</p> <p>On note également le contenu riche du site qui favorise le référencement naturel.</p>
Offres promotionnelles	NN	Le site ne propose pas d'offres promotionnelles aux clients.
Carnets de voyage	NN	Le site ne propose pas aux clients de créer un carnet de voyage.

Interactivité - [Coef 1]

Critères	Notes	Commentaires
Blog / Commentaires	3	Le blog est plutôt de bonne qualité, il n'y a cependant aucun commentaires aux Posts de l'équipe. Il n'y a pas de communauté active.
Notes	NN	Absence de système de notation

Accessibilité - [Coef 2]

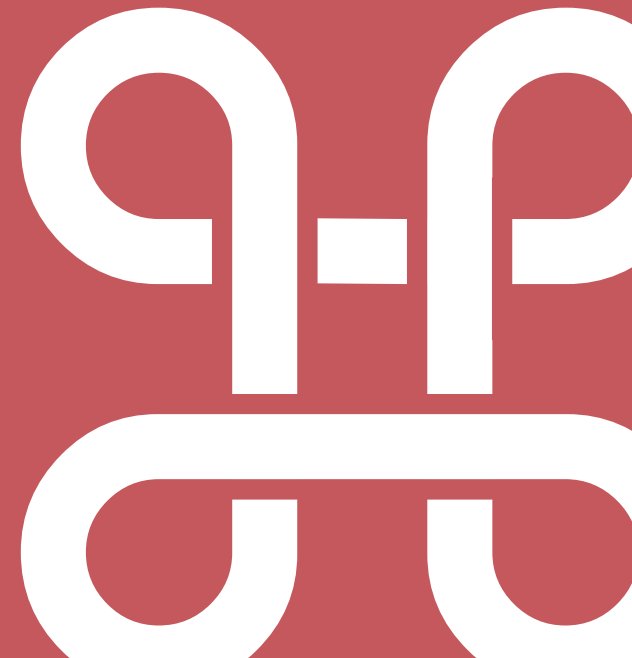
Critères	Notes	Commentaires
Vitesse de chargement	5	L'ensemble du site fonctionne assez rapidement, les visuels sont visibles peu de temps après le chargement de la page.
Lisibilité textuelle	4	L'ensemble est bien lisible (noir sur blanc en majorité/taille de la police). Cependant le choix de la police (Times News Roman) est un peu obsolète.

Marketing / Communication - [Coef 2]

Critères	Notes	Commentaires
Qualité du message	3	Le motto "Agence de voyage sur mesure depuis 1985" montre l'expertise de l'agence par son ancienneté et son expérience. Même si ce message se veut rassurant pour le client, il ne suscite pas l'envie de voyages ou d'évasion.
Cohérence Marketing	4	Le site internet est en adéquation avec l'agence, on y voit des voyageurs aguerris, des professionnels du voyage à l'écoute des besoins du client.

Marketing opérationnel

Emails	24
Réseaux sociaux	25
Supports print	27
Référencement	28



Emails

Les clients pourront recevoir 5 types de mail.

Mail de réservation : Ce mail est reçu après avoir versé un acompte de 10% pour un voyage. Il reprend le récapitulatif du voyage.

Mail de paiement : Quelques jours avant le départ, le client reçoit une demande de paiement : Il est alors redirigé vers la page de paiement, ainsi que sur le récapitulatif de son voyage.

Mail de confirmation d'achat : Suite au règlement de la totalité du prix du voyage, le client reçoit un mail confirmant son achat, un récapitulatif de sa commande ainsi que les divers conseils évoqués plus haut, selon la destination.

Mail d'annulation : En cas de non règlement de la part du client, son acompte ne sera pas remboursé et il recevra un mail le notifiant de l'annulation. L'équipe Esképa tentera de le joindre préalablement à cette étape.

Newsletter : Ce mail est à caractère publicitaire, il est seulement envoyé si le client choisit de s'y inscrire.



SANTÉ

Oublier pas de faire vos vaccins avant de partir en Afrique et de souscrire à une assurance santé.



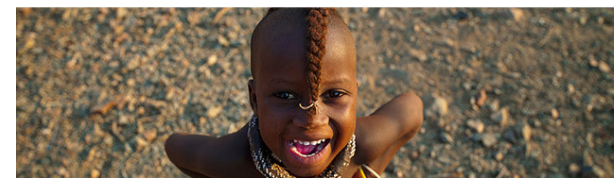
LOGEMENT

Vous allez dormir dans des cabanes au fond du jardin avec des étrangers, faites attention la nuits !



DOSSIER

Les frais de dossier sur place ne sont pas compris dans le forfaits, donc prévoir les à l'avance.



[VOIR NOTRE ACTUALITÉ](#)

CARNET DE VOYAGE



25 FÉVRIER 2015

Balade au pays du thé

Fisii est une grande ville située dans une partie montagneuse fertile du Kenya. Il y pousse une abondance de bananes, ananas, canne à sucre et des grains de café. Se trouvant dans les régions du Kenya, de la Tanzanie et de l'Ouganda.

Lucas Dubois, Toulouse, France

[VOIR PLUS](#)

Réseaux sociaux

Afin d'assurer une bonne communication, Eskepa est disponible sur les réseaux sociaux, Facebook, Twitter et Google Plus.

Facebook et Google Plus, permettront de partager les actualités du site, les nouveautés et des idées de voyages, mais aussi organiser des concours et fidéliser les clients.

Facebook interface showing the Eskepa page. The page name is Eskepa, and the category is Voyages/loisirs. The page has 19 740 personnes who like it. The page is set to public. The page is currently displaying the 'Journal' tab. The page is currently displaying the 'Message sur le mur' button. The page is currently displaying the 'Photo / Vidéo' button. The page is currently displaying the 'Exprimez-vous' button. The page is currently displaying the 'Publier' button.

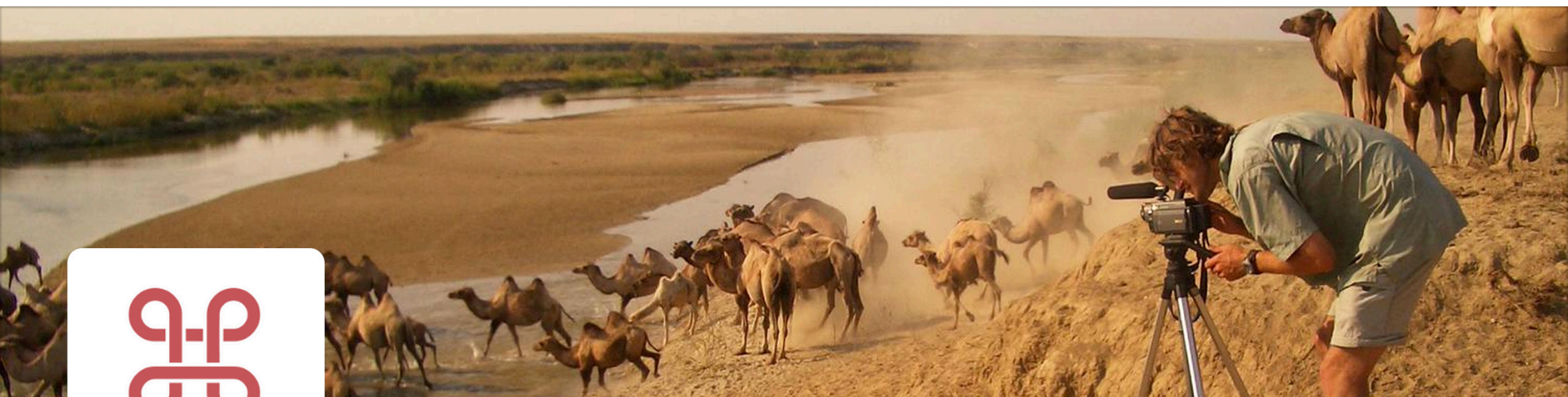
Twitter permettra de partager de brèves informations et organiser des FAQ entre l'équipe Eskepa et les clients avec un #AskEskepa (afin de valoriser notre image).



Recherchez sur Twitter



Vous avez déjà un compte ? [Connexion](#)



Agence Eskepa

@EskepaW

Esképa est une agence de voyage, qui vous propose de partir à la rencontre des personnes et partager vos aventures.

Lille, Nord-Pas-de-Calais

eskepa.com

TWEETS
10,3 k

ABONNEMENTS
440

ABONNÉS
4,31 M

FAVORIS
2

LISTES
1

[Suivre](#)

Tweets

Tweets & réponses



Agence Eskepa @EskepaW · 10 min

Bienvenue sur le Twitter d'eskepa
[#unVoyagePasCommeLesAutres](#)



Nouveau sur Twitter ?

Sign up now to get your own personalized timeline!

[S'inscrire](#)

You may also like: [Actualiser](#)

Supports print

Afin de fidéliser ses clients, Eskepa dispose de nombreux produits dérivés.

Ceux-ci pourront être gagnés lors de concours organisés sur les réseaux sociaux ou encore pour l'achat d'un voyage.

Parmi ces produits figurent des carnets, pour permettre aux clients de prendre des notes de leur voyage afin de les retranscrire dans leur futur carnet de voyage sur le site internet.

Des tee shirts avec le logo Eskepa, afin de promouvoir la marque.



Référencement

La mise en place d'un travail sur le SEO est une étape incontournable durant la mise en ligne d'un site. Sans visibilité, un site Internet est inutile. C'est pour cette raison que les règles élémentaires de SEO sont toujours intégrées dans les sites qui sont produits par nos soins. Pour information, voici les règles qui sont intégrées durant le développement du site.

I / Les règles de base mises en place

- La hiérarchie des balises <h.> ont été respectées. Se développant de H1 à H6, ces éléments indiquent aux moteurs de recherche les informations les plus importantes parmi le contenu d'une page Internet.
- Les fichiers « sitemap.xml » et « robots.txt » ont été créés afin de faciliter le référencement du site.
- La rapidité de chargement du site a été particulièrement travaillée puisque il s'agit d'un critère de performance très important pour les moteurs de recherche. Les fichiers CSS, HTML et JS ont donc été minimisés pour réduire leur temps de chargement. Les images répétitives comme le logo et les différentes icônes ont été enregistrées au format .SVG pour les alléger considérablement. Les différents visuels ont été dimensionnés et compressés pour être adaptés au web et prendre le moins de place possible.
- Il a été choisi d'implémenter la réécriture d'url sur le site afin d'y insérer des mots-clés qui sont pertinents et compréhensibles pour l'utilisateur et pour les moteurs de recherche.
- Le texte généré gratuitement par les commentaires et par les carnets de bord, assure du contenu unique et régulier

II / Recommandations

*Afin de **maintenir** et faire **progresser** le référencement du site, voici quelques recommandations à prendre compte.*

Rédaction du contenu

Au quotidien, dans la rédaction des articles (actualités, voyages ..) il est nécessaire de construire le texte en y implémentant des titres (H1, H2 ..), en rédigeant un minimum de 500 mots et si possible en intégrant une image avec la balise alt renseignée. Il faut également veiller à publier de nouveaux articles / actualités aussi souvent que possible afin de favoriser le bon référencement du site et de progresser sur les mots-clés.

Les réseaux sociaux

Eskepa est présent sur Facebook, Twitter et Google Plus. Afin de maintenir et d'augmenter le poids SEO, il est recommandé de publier et d'animer les pages le plus souvent possible. Il est possible par exemple de partager des carnets de bord, les nouveaux voyages, des avis clients et les actualités.

III / Evolutions

Google Analytics

Afin de suivre l'évolution du site, il est conseillé d'intégrer Google Analytics. En effet il est nécessaire de suivre les statistiques de trafic sur le site et ainsi pouvoir tirer des conclusions sur la campagne SEO à court et moyen termes.

Cet outil peut s'avérer d'une grande utilité sur le tunnel de commande par exemple, afin de suivre le taux de conversion du site.

D'autres évolutions possibles :

- Mettre en place des partenariats avec des associations, des entreprises, des sites spécialisés et blog sur le thème du voyage afin d'échanger des liens (netlinking).
- Déployer une campagne Adwords afin d'obtenir plus de visibilité et ainsi augmenter le taux de conversion.
- Inscrire le site sur Webmaster Tools pour recevoir d'éventuelles alertes critiques concernant l'état du site.
- Inscrire le site sur des annuaires / se faire recommander par des sites spécialisés sur le voyage.

