

# LICENCE 3 MANAGEMENT EN HOTELLERIE RESTAURATION

## DOSSIER DE FIN D'ANNEE

### Les déterminants de choix en ligne : application aux plateformes de réservation en ligne

Présenté par :

**Fanny Martins**

Année universitaire : **2022 – 2023**

Sous la direction de : Nathalie  
LOUBIÈRES

*Entreprise d'alternance :*  
*Residence Inn by Marriott Toulouse*  
*Blagnac Airport*



**Les déterminants de choix en ligne :  
application aux plateformes de réservation en  
ligne**

L'ISTHIA de l'Université Toulouse - Jean Jaurès n'entend donner aucune approbation, ni improbation dans les projets tuteurés et mémoires de recherche. Les opinions qui y sont développées doivent être considérées comme propre à leur auteur(e).

# Remerciements

Je tiens tout d'abord à remercier Madame Nathalie Loubières, ma tutrice de dossier de recherche appliqué, pour ses conseils et son soutien depuis le début de ce projet de recherche. Elle m'a vraiment guidé tout au long de l'année et m'a beaucoup aidé dans ma réflexion et mes recherches.

Je veux aussi remercier tous les professeurs qui m'ont aidé avec leurs conseils tout au long de l'année. Notamment, Monsieur Borie et Monsieur Pichon pour leurs précieuses astuces méthodologiques qui ont été vraiment utiles pour construire ce travail.

Et bien sûr, un grand merci à Adrien Lagardère, mon tuteur pendant mon alternance, pour ses précieux conseils et son aide tout au long de ce dossier de recherche.

Je n'oublie pas les personnes qui ont gentiment accepté de me parler lors des interviews exploratoires. Leurs histoires et idées ont vraiment enrichi mes recherches.

Pour finir, un grand merci à mes parents et à mes camarades de classe. Leurs encouragements, leur soutien et leurs conseils ont vraiment compté pour moi.

# Sommaire

|  |    |
|--|----|
| <i>Remerciements</i> .....   | 5  |
| <i>Introduction générale</i> .....   | 8  |
| <i>Partie 1 : Présentation de l'entreprise</i> .....                         | 10 |
| <i>Partie 2 : Description des missions et activités de l'alternant</i> ..... | 14 |
| <i>Organiser un évènement de A à Z</i> .....                                 | 15 |
| <i>La Prospection</i> .....  | 17 |
| <i>Négociation</i> .....   | 19 |
| <i>Partie 3 : Projet de recherche appliquée</i> .....                        | 22 |
| <i>Introduction</i> .....  | 23 |
| <i>Chapitre 1 : Revue de littérature</i> .....                               | 24 |
| <i>Chapitre 2 – Hypothèses et modèle de recherche</i> .....                  | 28 |
| <i>Chapitre 3 – Méthodologie</i> .....                                       | 31 |
| <i>Chapitre 4 – Résultats</i> .....  | 35 |
| <i>Chapitre 5 – Analyse des résultats</i> .....                              | 39 |
| <i>Conclusion</i> .....  | 45 |
| <i>Conclusion générale</i> .....   | 46 |
| <i>Bibliographie</i> .....   | 47 |
| <i>Table des annexes</i> .....   | 49 |



## Introduction générale

Dans le cadre de ma licence 3 en management hôtellerie-restauration, j'ai effectué une alternance d'une durée d'un an au sein du Residence Inn by Marriott Toulouse Blagnac Airport en tant qu'assistante commerciale. Cette opportunité m'a permis d'acquérir des connaissances approfondies et une expérience précieuse dans le domaine de l'hôtellerie. Au cours de cette période, mes missions ont inclus le traitement des demandes relatives aux séminaires et banquets, la participation à des déjeuners d'affaires avec des clients, l'implication active dans le développement du revenu global de l'hôtel et bien d'autres missions.

Ce dossier de recherche appliqué constitue le travail de fin d'année de ma licence 3 en management hôtellerie-restauration, délivrée par l'Institut Supérieur du Tourisme de l'Hôtellerie et de l'Alimentation, affilié à l'Université Toulouse Jean Jaurès. L'objet de cette recherche est d'étudier les déterminants de la confiance en ligne, en mettant l'accent sur leur application aux plateformes en ligne. L'inspiration de ce sujet émane de l'observation que l'évolution des technologies numériques a profondément impacté divers secteurs, notamment celui de l'hôtellerie. Selon la Fédération du e-commerce et de la vente à distance (FEVAD), 46% du chiffre d'affaires du secteur touristique provient des ventes en ligne, soulignant ainsi l'importance croissante des plateformes en ligne, telles que les OTA, dans le processus de réservation d'hébergement.

Face à cette réalité économique et technologique, il devient primordial de comprendre les facteurs qui influencent la confiance des consommateurs dans les plateformes en ligne, en particulier les OTA. En effet, la confiance joue un rôle central dans le processus de réservation en ligne, car les consommateurs doivent pouvoir se fier aux informations fournies par ces plateformes pour prendre des décisions d'achat éclairées. L'analyse des déterminants de la confiance en ligne entreprise dans ce dossier de recherche appliqué contribuera à approfondir la compréhension des enjeux spécifiques auxquels font face les entreprises hôtelières dans un environnement numérique en perpétuelle évolution.

Dans cet esprit, ce dossier de recherche appliqué va explorer les fondements théoriques de la confiance en ligne et examiner les spécificités des plateformes en ligne. En comprenant les facteurs qui influencent la confiance des consommateurs, des stratégies efficaces

pourront être mise en place pour renforcer la confiance en ligne, améliorer l'expérience utilisateur et maintenir leur compétitivité dans ce secteur en pleine expansion.

Toutefois, certaines difficultés ont émergé durant ce travail de recherche. Parmi elles, on retrouve principalement la disponibilité de données fiables et à jour sur internet. Par ailleurs, le choix entre les études quantitatives et qualitatives s'est posé. Initialement, les deux approches étaient envisagées, mais après mûre réflexion, l'étude qualitative s'est avérée plus pertinente pour obtenir des informations détaillées et approfondies.

Le dossier de recherche appliqué se compose de trois parties distinctes :

La première partie sera consacrée à la présentation de l'entreprise Residence Inn by Marriott Toulouse Blagnac Airport. Nous allons décrire son offre, son positionnement sur le marché de l'hôtellerie, et ses spécificités. Cette présentation permettra d'apporter un contexte clair pour la suite du dossier en comprenant le rôle de l'entreprise dans le cadre de l'alternance.

Dans la deuxième partie, nous mettrons l'accent sur les missions et activités réalisées en tant qu'assistante commerciale au sein du Residence Inn by Marriott Toulouse Blagnac Airport. Je commencerai par présenter la mission concernant la création d'un événement de A à Z, la garden party. Ensuite, j'aborderai ma mission de prospection, et enfin, je parlerai de ma dernière mission qui concerne la négociation de contrats. Cette partie permettra de comprendre le rôle que j'ai eus au sein de l'entreprise et comment cela a contribué à mon apprentissage et à mon développement professionnel.

La troisième partie constitue le cœur du dossier et portera sur le projet de recherche appliquée réalisé dans le cadre de l'obtention de la licence 3. L'objectif de ce projet de recherche est d'étudier les déterminants de choix en ligne, avec une application spécifique aux plateformes en ligne dans le secteur hôtelier.

# **Partie 1 : Présentation de l'entreprise**

## L’histoire de Marriott et Residence Inn

Marriott International, est le leader mondial du secteur de l'hôtellerie, avec plus de 7000 établissements et 30 enseignes dans 131 pays. Fondée par J. Willard et Alice Marriott, le groupe est dirigé par la famille Marriott depuis près de 90 ans. Residence Inn by Marriott Toulouse Blagnac Airport est un hôtel franchisé du groupe.

Residence Inn by Marriott est une marque d'hôtels spécialisé dans les longs séjours appartenant à Marriott International. La marque se concentre sur l'hospitalité, le confort et la satisfaction des clients, et est membre du programme de fidélité Marriott Bonvoy.

La Société Walk Toulouse Blagnac est propriétaire du fonds de commerce de l'hôtel Residence Inn Toulouse Blagnac Airport et elle est la filiale de la société WALK HOSPITALITY.

L'hôtel Residence Inn by Marriott Toulouse Blagnac Airport compte 40 employés et bénéficie d'un emplacement idéal dans un écoquartier dynamique, à proximité de nombreux commerces et de 70 hectares d'espaces verts. Des stations de tramway et des arrêts de bus se trouvent à seulement 5 minutes à pied de l'établissement. De plus, l'hôtel est situé à seulement 3 km de l'aéroport de Toulouse Blagnac, à proximité des sites d'Airbus, des zones dédiées à l'aéronautique, ainsi que du MEETT.

## L’offre hébergement

Le Residence Inn by Marriott Toulouse Blagnac Airport dispose de 140 chambres et suites spacieuses, allant de 26 m<sup>2</sup> à 56 m<sup>2</sup>. Elles sont conçues pour offrir un espace de vie confortable et fonctionnel, permettant aux clients de se sentir "comme à la maison". Chaque chambre et suite possède une cuisine entièrement équipée, un espace de travail idéal pour les voyageurs d'affaires ou ceux qui ont besoin de travailler pendant leur séjour, d'une grande télévision équipée du Chromecast, ainsi que d'une salle de bains privative. Tout a été conçu pour s'adapter au mieux à une clientèle de long séjour.

## Les séminaires

L'hôtel Residence Inn by Marriott Toulouse Blagnac Airport accueille des événements privés tels que des afterworks, des garden party et des cocktails. Il dispose également de plusieurs salles de séminaire entièrement équipées, comprenant un vidéoprojecteur, un flipchart, un paperboard, une machine à café, etc. Parmi ces salles, nous retrouvons la salle

Topaze, d'une superficie de 80 m<sup>2</sup>, qui peut être modulée et divisée en trois parties distinctes pour accueillir des groupes de différentes tailles, et ainsi d'adapter son espace en fonction des besoins des clients.

De plus, l'hôtel dispose également de la salle de séminaire Ambre, d'une superficie de 40 m<sup>2</sup>, offrant un espace confortable pour des réunions et des événements plus petit.

Enfin, la salle Préfonction, située entre les salles Topaze et Ambre, est souvent utilisée comme salle de pause pendant les séminaires. On y trouve une machine à café, un jeu de fléchettes, et c'est un espace cosy idéal pour faire une pause durant un séminaire.

## Le restaurant MIMA

La marque Residence Inn by Marriott ne possède normalement pas de restaurant. Cependant, le Residence Toulouse Blagnac Airport dispose d'un restaurant appelé MIMA, qui signifie "grand-mère" en occitan. Ce restaurant propose une cuisine traditionnelle entièrement faite maison, à base de produits frais. De plus, notre bar propose une large sélection de cocktails signatures, adaptés à tous les goûts. Il est en parfaite adéquation avec l'ambiance chaleureuse et conviviale caractéristique de la marque Residence Inn by Marriott. Le MIMA accueille aussi bien la clientèle de l'hôtel que des clients extérieurs, pour divers types de prestations allant d'un repas classique à la privatisation pour des cocktails. Le restaurant est ouvert uniquement en semaine, du lundi au jeudi, de 12h à 22h, ainsi que le vendredi de 12h à 14h. Le restaurant est fermé le week-end en raison d'une activité moindre due à notre clientèle principalement affaires. La salle du restaurant est également utilisée pour le service du petit-déjeuner tous les jours de 06h30 à 09h30, en proposant un « Buffet Américain Complet » composé de mets sucrés et salés, avec des aliments adaptés aux clientèles internationales.

## Les services

L'hôtel Residence Inn by Marriott Toulouse Blagnac Airport offre plusieurs services et infrastructures pour garantir à sa clientèle un séjour agréable. Parmi ces services, il y a une navette assurant les transferts entre l'aéroport de Toulouse-Blagnac, l'établissement et d'autres sites à proximité, tels que les sites d'Airbus. Cette navette est gratuite et disponible du lundi au vendredi, offrant ainsi aux clients un moyen pratique de se déplacer. Dans le cas où les clients viendraient avec leur véhicule, un parking privé sécurisé et souterrain est à leur disposition au tarif de 16€ par nuit.

La réception de l'hôtel est ouverte 24h/24, tous les jours de la semaine, afin d'accueillir et de répondre aux besoins des clients à toute heure.

À côté de la réception se trouve un espace "Market" bien approvisionné, où les clients peuvent trouver une sélection de collations, de boissons ainsi que des articles essentiels. Le Market est ouvert 24h/24, permettant aux clients d'avoir accès à ces produits à tout moment. L'hôtel est équipé d'une salle de sport entièrement équipée avec diverses machines, ainsi que d'un sauna, offrant à la clientèle la possibilité de se dépenser et de se détendre ensuite. La piscine extérieure est également un atout majeur pour l'hôtel, notamment pendant les périodes de fortes chaleurs estivales. La salle de sport et la piscine sont ouvertes tous les jours de 7h à 21h. Enfin, l'établissement détient le label international "Clef Verte" qui vise à promouvoir un tourisme durable, écologique et socialement responsable. Les clients sont de plus en plus sensibles à ces aspects importants.

### Données de l'hôtel

Tous ces éléments font de l'hôtel Residence Inn by Marriott un lieu de séjour idéal. Cependant, il est important de noter qu'il existe de nombreux concurrents dans la même zone, tels que le NH Airport, le Pullman, le Radisson Blu et l'Holiday Inn Express. Bien que ces hôtels soient situés à proximité, ils proposent un type d'hébergement différent, avec des chambres classiques. En revanche, l'hôtel Zénitude, également situé dans la zone de l'aéroport, propose un type d'hébergement similaire, ce qui en fait un concurrent direct.

Concernant le type de clientèle, le Residence Inn by Marriott Toulouse Blagnac Airport accueille majoritairement une clientèle d'affaires en contrat corporate en raison du grand nombre de grandes entreprises présentes dans la zone. Notre client principal est l'entreprise Airbus, qui représente 50% du chiffre d'affaires de l'hôtel. Nous accueillons également une clientèle d'affaires sans contrat corporate, à noter que la clientèle affaire représente 95% de notre clientèle. Cette clientèle d'affaires est généralement présente en semaine, tandis que le week-end nous avons moins de clients. Les mois de juillet et août représentent également une période creuse pour l'hôtel, mais nous accueillons tout de même un autre type de clientèle, la clientèle de loisirs. Globalement, l'hôtel a un taux d'occupation variant entre 60% et 80%, ce qui est meilleur que la moyenne selon une étude de MKG.

L'hôtel qui a ouvert en 2019 connaît une évolution favorable, car son taux d'occupation augmente d'année en année. En ce qui concerne le prix moyen des chambres, il est plus bas, car nous nous spécialisons dans les longs séjours et proposons donc des tarifs plus attractifs. En ce qui concerne le RevPAR, nous nous positionnons parmi les 3 premiers par rapport à la concurrence.

## **Partie 2 : Description des missions et activités de l'alternant**

## Organiser un évènement de A à Z

Durant mon alternance j'ai eu l'opportunité de planifier et d'organiser une garden-party de A à Z. L'objectif de cet événement était de remercier nos clients fidèles, d'inviter de nouveaux clients potentiels, et de positionner le Residence Inn en tant qu'hôtel d'importance majeure sur le marché hôtelier de la zone aéroportuaire Toulouse-Blagnac.

Le problème à résoudre était d'organiser une garden-party réussie en respectant le thème jardin des sens, tout en créant des partenariats avec des entreprises locales pour animer l'événement. Mon objectif était de coordonner toutes les activités nécessaires pour assurer la satisfaction des invités et de générer de nouvelles opportunités commerciales pour l'hôtel.

Pour atteindre cet objectif, j'ai suivi une méthodologie en plusieurs étapes :

1. Création d'un rétro planning : J'ai élaboré un rétro planning détaillé pour avoir une vision d'ensemble des tâches à effectuer avant le jour de l'événement. Cela m'a permis de mieux gérer mon temps et de bien respecter les délais.

2. Réunions avec les chefs de service : J'ai organisé des réunions mensuelles avec les chefs de service pour faire le point sur l'avancement de la garden-party et assurer une coordination harmonieuse entre les différents départements de l'hôtel.

3. Choix du thème et recherche de partenaires : Nous avons élu le thème jardin des sens, et j'ai ensuite recherché des entreprises locales qui pouvaient correspondre à ce concept et qui étaient capables d'offrir gratuitement des animations stimulant les 5 sens de nos clientèles.

L'objectif était de trouver des entreprises qui accepteraient de participer à l'événement sans qu'il y ait d'échange d'argent (partenariat gratuit). J'ai effectué du démarchage par téléphone afin d'identifier des entreprises partenaires, en leur présentant un intérêt mutuel. Les entreprises présentes pourraient créer des liens avec nos invités pour se faire connaître, dans un objectif de rentabilité à plus long terme.

Les discussions avec les entreprises ont porté sur la manière dont elles pourraient intégrer le thème jardin des sens dans leurs animations, en stimulant les sens de nos invités. Par

exemple, l'entreprise Lush a proposé des ateliers olfactifs, l'entreprise Barrelle d'offrir des dégustations de glace, Chez Pierre Fromager Charcutier a proposé des dégustations de fromages et charcuterie, et Audrey Décoratrice a réalisé une arche de ballon (décor PhotoBooth) en lien avec le thème.

Après avoir établi le partenariat avec l'entreprise Lush, nous avons collaboré pour créer un parcours sensoriel dans l'hôtel (chambres, restaurant, piscine, salles de séminaire).

J'ai ensuite créé une carte (Annexe A) indiquant les différentes pièces à visiter lors du parcours sensoriel. La carte permettait aux invités de savoir où se diriger et quelles pièces avaient déjà été visitées. Pour rendre le parcours plus interactif, nous avons mis en place un système de tampons sur la carte. Chaque fois qu'un invité visitait une pièce, il recevait un tampon spécifique pour cette pièce. Une fois que la carte était complétée avec tous les tampons, l'invité avait droit à un sac cadeau avec des produits de nos partenaires et de l'hôtel. Ce sac cadeau (Annexe B) était une manière de remercier nos invités d'avoir participé au parcours sensoriel.

5. Création des invitations (Annexe C) et gestion de la liste d'invités : J'ai conçu des invitations attrayantes sous forme de vidéo et nous avons créé la liste des invités, en invitant nos clients fidèles et en incluant de nouveaux contacts potentiels.

6. Organisation d'éléments supplémentaires : J'ai supervisé la création de sacs cadeaux pour les invités, qui leur serviraient de souvenir de l'événement. J'ai également coordonné la location d'un PhotoBooth et fait venir un groupe de musique pour divertir les participants.

7. Remerciement (Annexe D) : Après le déroulement de l'événement, nous avons pris soin de remercier tous les invités pour leur présence et leur participation à la garden-party. Pour ce faire, nous avons envoyé un mail de remerciement ainsi qu'une vidéo spéciale contenant des photos souvenirs de l'événement. L'objectif était de rappeler aux invités les moments forts de la garden-party et de leur laisser un souvenir mémorable de cette journée.

Les résultats obtenus ont été très positifs. Nous avons reçu des retours favorables de la part de nos invités, qui ont exprimé leur satisfaction quant à la qualité de l'événement. De plus,

cette garden-party a généré de nouvelles opportunités commerciales pour l'hôtel en établissant des contacts avec de potentiels nouveaux clients.

En conclusion, cette expérience m'a permis de développer et mettre en pratique plusieurs compétences professionnelles. J'ai acquis des compétences en gestion de projet, en planification et en coordination d'événements. J'ai également amélioré mes compétences en communication, notamment lors de la création d'invitations attrayantes.

## La Prospection

L'hôtel Residence Inn by Marriott à Blagnac souhaitait augmenter le nombre de clients potentiels pour la location de salles de séminaire, hébergement et restaurant. Il a donc été nécessaire d'identifier de nouvelles opportunités commerciales dans une zone géographique définie.

L'objectif était d'augmenter le nombre de prospects pour la location de salles de séminaire, pour la partie hébergement et restauration d'ici la fin de l'année en cours.

Pour réaliser de la prospection voici la méthodologie employée :

1. Définition de la zone géographique : Nous avons délimité une zone géographique locale, en prenant en compte des critères tels que la proximité de l'hôtel, la présence d'entreprises potentiellement intéressées, et la taille de la zone pour optimiser nos efforts de prospection.
2. Recherche d'entreprises pertinentes : À l'aide de ressources en ligne, de bases de données professionnelles et de recherches locales, nous avons identifié les entreprises correspondant à notre cible : celles qui pourraient avoir des besoins en matière de salles de séminaire, hébergement ou restauration.
3. Création d'un tableau de suivi (Annexe E) : Nous avons mis en place un tableau dans lequel nous avons consigné les informations clés sur les entreprises ciblées, telles que le nom de l'entreprise, les coordonnées du contact, le secteur d'activité, etc. Cela nous a permis de garder une vue d'ensemble de nos actions de prospection et d'organiser notre suivi.

4. Démarchage téléphonique : Dans un premier temps, nous avons contacté les entreprises par téléphone pour nous présenter et évaluer leurs besoins. Nous avons utilisé des techniques de communication adaptées pour susciter l'intérêt et obtenir des informations précises.

5. Programmation de visites : Si lors de nos appels téléphoniques, nous avons identifié un intérêt pour nos services, nous avons planifié des visites pour présenter l'hôtel et approfondir les discussions. Ces visites nous ont également permis de mieux comprendre les besoins spécifiques de chaque entreprise et d'adapter nos offres en conséquence.

Au cours de notre mission de prospection, nous avons contacté un grand nombre d'entreprises dans la zone géographique définie. Nous avons enregistré les résultats de nos appels et de nos visites dans notre tableau de suivi, ce qui nous a permis de mesurer notre progression et d'ajuster notre approche en fonction des retours obtenus.

Résultats obtenus :

Grâce à nos efforts de prospection ciblée, nous avons réussi à augmenter le nombre de prospects qualifiés par rapport à la période précédente. Nous avons pu établir des contacts solides avec plusieurs entreprises intéressées par la location de nos salles de séminaire, d'hébergement et de restauration ce qui a conduit à une augmentation 18% des réservations.

Liens avec la formation et éléments théoriques utiles :

Pendant ma formation, j'ai acquis des connaissances en gestion. J'ai utilisé les principes de segmentation et de ciblage pour définir la zone géographique et identifier les entreprises pertinentes. J'ai utilisé des techniques de vente relationnelle pour établir des liens de confiance avec les prospects et les accompagner tout au long du processus d'achat et également utilisé des compétences en négociation pour présenter nos offres de manière convaincante et répondre aux éventuelles objections.

En outre, j'ai utilisé des outils informatiques tels que des bases de données professionnelles, des logiciels de suivi des contacts et des tableurs pour organiser mes activités de prospection, suivre mes résultats et maintenir une communication efficace avec les prospects.

Cette expérience m'a permis de mettre en pratique mes connaissances théoriques, d'améliorer mes compétences en communication et en relation client, et de comprendre l'impact concret de mon travail sur l'entreprise.

## Négociation

Pendant mon contrat d'alternance en tant qu'assistante commerciale au Residence Inn by Marriott à Blagnac, j'ai été impliquée dans différentes négociations. Je vais vous présenter trois cas qui illustrent mes expériences dans ce domaine :

### 1.1. Re-négociation

L'une des négociations les plus pertinentes auxquelles j'ai participé concernait la renégociation d'un contrat corporate avec le groupe Lallemand, qui représente plus de 400 nuitées par an et qui fait partie des dix plus gros clients de l'hôtel.

Le contrat initial avec le groupe Lallemand avait été signé en 2019 et avait été reconduit une fois en 2020, avec une validité jusqu'à la fin de l'année 2022. Avant l'arrivée de 2023, nous avons contacté notre client pour savoir s'ils souhaitaient toujours travailler avec nous, et leur réponse a été positive.

L'objectif de la négociation était d'obtenir un tarif plus élevé. Nous avons également choisi de proposer un contrat renégociable chaque année, au lieu de tous les deux ans, compte tenu de l'instabilité du marché et de l'inflation, sans pour autant modifier les conditions générales de vente.

Lors de la négociation, nous avons présenté notre argumentaire en mettant en avant l'impact de l'inflation sur les coûts d'exploitation de l'hôtel, notamment en termes de prix des matières premières, de main-d'œuvre et d'énergies. Nous avons souligné que cette augmentation de tarif était nécessaire pour maintenir la qualité des services proposés par l'établissement.

Résultats obtenus :

Grâce à notre argumentation solide et à notre compréhension des besoins du client, nous avons réussi à obtenir leur accord pour renouveler le contrat avec le nouveau tarif de 140 € TTC par nuit et la durée d'un an.

## **2. 3.2. Négociation avec Médéo Formations**

J'ai eu l'occasion de participer à une négociation importante qui concerne notre contrat avec un nouveau client, Medeo Formation, un centre national de formation médicale.

Le problème à résoudre était de répondre aux besoins de Medeo Formation en termes de séminaires, restauration et hébergement pour leur formateur. Auparavant, le client se rendait chez l'un de nos concurrents, mais il n'était pas satisfait de leurs services. Notre objectif était donc de négocier avec Medeo Formation pour proposer une solution répondant au mieux à leurs attentes et devenir leur prestataire privilégié.

La méthodologie employée pour résoudre ce problème a été la suivante :

1. Présentation du produit : Nous avons commencé par présenter les services et les avantages offerts par notre hôtel. Nous avons mis en avant notre sens de l'accueil des professionnels, notre emplacement stratégique et nos installations adaptées aux besoins spécifiques des formateurs.

2. Identification des attentes et besoins spécifiques : Nous avons ensuite pris le temps d'écouter attentivement les attentes et les contraintes de Medeo Formation. Nous avons noté leurs préférences en matière d'aménagement des salles de séminaire, de menus et d'hébergement pour le formateur.

3. Proposition d'une offre personnalisée : Sur la base des informations recueillies, nous avons élaboré une offre sur mesure, pour les séminaires, avec des menus adaptés aux besoins du client et une réduction spéciale sur les nuitées du formateur.

4. Négociation et ajustements : Lors des discussions avec Medeo Formation, nous avons négocié les détails de l'offre. Nous avons fait preuve de flexibilité et avons apporté des ajustements en fonction des demandes spécifiques du client.

Les résultats obtenus ont été très satisfaisants. Medeo Formation a choisi de travailler avec notre hôtel pour tous leurs séminaires en 2023 et en 2024. Nous avons réussi à fidéliser un

nouveau client grâce à notre approche personnalisée, notre flexibilité et notre capacité à répondre à leurs attentes.

## 2.1. Négociation avec l'agence événementielle SOP Events

Dans le cadre de cette mission, l'objectif qui m'a été assigné était de négocier avec l'agence SOP Events, qui est la plus grosse agence partenaire de l'hôtel, et qui nous apporte en moyenne 25 événements par an, ce qui en fait notre agence numéro un en termes de chiffre d'affaires.

Le problème à résoudre était de maintenir une relation solide avec SOP Events, et garantir qu'elle continue de choisir notre hôtel pour leurs événements et augmenter notre part de marché avec cette agence.

Nous avons développé une stratégie de fidélisation en entretenant des contacts réguliers avec SOP Events.

-Nous avons organisé une visite de courtoisie à l'agence lors de la période de Pâques, où nous leur avons offert des chocolats (Annexe F) et avons discuté de nos équipements et services pour la saison estivale. L'objectif était de maintenir un contact régulier et de les inciter à penser à nous pour leurs futurs événements.

-Nous avons également engagé des négociations régulières sur les tarifs pour les événements tels que les séminaires, afin de remporter des contrats.

Résultats obtenus :

Les Résultats obtenus sont que SOP Events est restée fidèle à notre hôtel et cela a renforcé notre positionnement en tant que partenaire privilégié pour leurs événements. Cela s'est traduit par une augmentation du nombre de dossiers remportés et a eu un impact positif sur notre activité.

En conclusion, ces différentes négociations ont abouti à des résultats positifs pour l'entreprise. L'application des connaissances théoriques acquises lors de mes cours en négociation a joué un rôle.

## **Partie 3 : Projet de recherche appliquée**

## Introduction

Le milieu de l'hôtellerie est en constante évolution et depuis plusieurs années le secteur de l'hôtellerie s'est industrialisé. L'hôtellerie est aussi l'une des premières industries qui a eu recours aux nouvelles technologies et en particulier à la technologie du Web (Hagjeres Himen). L'arrivée des technologies du Web notamment la version 2.0, a tout bousculé dans le tourisme.

En 2022, le monde compte 4,95 milliards d'internautes soit une croissance annuelle moyenne de 8,6 % pour l'ensemble de la dernière décennie. (Influenth) Et en France 80,3% de la population est converties au e-commerce (snacking). Et aujourd'hui la quasi-totalité de la clientèle hôtelière (93 %) utilise Internet pour rechercher un hôtel et fait appel au service des plates-formes de réservation hôtelière. (DGCCRF). C'est la raison pour laquelle les recherches en tourisme vantent l'importance et la popularité des modes de réservation en ligne, particulièrement dans les services d'hébergement des hôtels ou des petites structures (Gössling & Lane, 2015).

La littérature dans ce domaine souligne que les caractéristiques qui exercent une influence sur la réservation d'hôtel en ligne du touriste sont fortement liées aux attributs de l'hôtel et jouent un rôle crucial dans le processus de décision. Certains chercheurs ont également confirmé que l'innovation et la performance des hôtels pourraient influencer le comportement de réservation d'hôtel en ligne du touriste (Zhong et al., 2021).

De ce fait comprendre le comportement du consommateur sur Internet est actuellement un enjeu primordial, sachant que la vente de nuitées sur Internet a connu un essor remarquable au cours de la dernière décennie. (DGCCRF). Pour cela on peut s'interroger sur les influenceurs de choix en ligne des consommateurs.

Une analyse critique de la littérature scientifique, des revues et articles met en évidence des travaux antérieurs qui abordent brièvement les déterminants de la confiance en ligne dans le contexte de l'industrie hôtelière. Ces études soulignent que la confiance est un élément crucial qui influence le processus de décision des consommateurs, en particulier lorsqu'il s'agit de réserver des hôtels en ligne.

À la suite de mes recherches sur les influenceurs en ligne, j'ai formulé la problématique suivante : "Quels sont les déterminants de la confiance en ligne, notamment en ce qui

concerne les plateformes en ligne ?" Cette question découle de l'intérêt porté à comprendre comment la confiance des utilisateurs envers les plateformes en ligne influence leur comportement et leurs choix en matière de réservation d'hôtels.

La résolution de la problématique posée dans cette recherche appliquée vise à atteindre certains objectifs.

Le premier objectif de cette recherche est d'enrichir la connaissance sur les motivations et les comportements des consommateurs dans le contexte spécifique de l'industrie hôtelière. Ces recherches me permettront de mieux appréhender les attentes des consommateurs en ligne et d'adapter les stratégies pour renforcer la confiance et favoriser ainsi les réservations via les plateformes en ligne. Cela sera utile durant mon parcours professionnel.

Enfin l'amélioration de l'expérience des clients tout au long du processus de réservation en ligne est également un des objectifs de ces recherches. En identifiant les points clés sur lesquels les hôtels peuvent agir pour instaurer un climat de confiance, cette recherche contribuera à réduire les éventuelles réticences des consommateurs à effectuer des réservations en ligne.

## Chapitre 1 : Revue de littérature

### **1. Contexte de confiance dans les OTA**

#### 1.1. Définition et rôle de la confiance

La confiance est un élément fondamental pour les interactions et les échanges dans la société et l'économie (Chouk et Perrien, 2005). Même si elle est complexe, elle a été étudiée par des chercheurs dans divers domaines comme la psychologie, la sociologie, l'économie et la gestion. Elle est un sentiment psychologique impliquant des attentes et des croyances envers un partenaire (Guibert, 1999 ; Gurviez et Korchia, 2002). Dans le domaine du marketing, on s'est intéressé à elle en raison de l'évolution du commerce en ligne en France.

Dans le monde des réservations en ligne, la confiance électronique est semblable à la confiance traditionnelle. Selon Jarvenpaa et Tractinsky (1999), elle signifie que les consommateurs sont prêts à faire affaire avec un vendeur en ligne malgré la vulnérabilité

potentielle. Pavlou (2003) la définit comme "la croyance permettant au consommateur d'accepter sa vulnérabilité envers un vendeur en ligne", c'est le cœur de la confiance.

Les transactions en ligne rendent les consommateurs vulnérables en raison de la nature virtuelle, les exposant aux risques de fraude et affectant leur confiance. Dans ce contexte, la confiance est importante, pour les consommateurs et les entreprises en ligne. Elle implique la satisfaction des clients et le respect des engagements (Gurviez et Korchia, 2002).

La confiance est particulièrement importante pour les plateformes de réservations en ligne. Les utilisateurs sont confrontés à divers risques en achetant en ligne, de la sécurité des transactions à la protection de leurs informations personnelles, sans avoir de contact direct avec les vendeurs (Lemoine, J. & Cherif, E., 2012). En réponse à ces préoccupations, la confiance agit comme un stabilisateur et un encourageant. Lorsqu'une plateforme de réservation en ligne réussit à instaurer la confiance auprès des utilisateurs, elle les incite à acheter et diminue l'incertitude liée aux achats en ligne. Ainsi, la confiance réduit les risques perçus et facilite les choix d'achat en ligne (Toufaily, É., Rajaobelina, L., Fallu, J., Ricard, L. & Graf, R., 2010).

## 1.2. La confiance comme élément clés de la relation entre les utilisateurs et les plateformes en lignes

Diverses recherches ont indiqué qu'Internet s'est solidement établi comme une source incontournable d'informations dans le domaine du tourisme (Kim et al., 2007). C'est précisément cette réalité qui positionne l'industrie du tourisme parmi celles où l'achat en ligne connaît une croissance significative, notamment grâce à l'émergence des plateformes en ligne. (Kooti et al., 2016).

Les Online Travel Agencies (OTA), ou les plateformes en ligne, sont devenues des acteurs incontournables de l'industrie hôtelière (Ogonowska, M. & Torre, D., 2014). Les OTA sont étroitement liée à la confiance car elles agissent comme des intermédiaires entre les hôtels et les voyageurs, offrant des informations cruciales comme la disponibilité des chambres et les tarifs. Sans la confiance des utilisateurs, les OTA ne pourraient pas prospérer (Tahali, S., 2022)

## **2. Les facteurs de confiance dans les Plateformes de Réservation en Ligne**

Pour comprendre les facteurs de la confiance dans les plateformes de réservation en ligne, il est opportun d'enrichir l'analyse en explorant la Théorie du Comportement Planifié. La Théorie du Comportement Planifié, offre un cadre conceptuel pertinent pour appréhender les comportements intentionnels des individus face à des situations spécifiques (Ajzen, 1985), comme les transactions en ligne sur les plateformes de réservation.

La Théorie du Comportement Planifié repose sur trois facteurs majeurs qui influencent les intentions comportementales d'une personne : l'attitude envers le comportement, la norme subjective et le contrôle perçu (Ajzen, 1985). En l'adaptant à ce contexte, la peut aider à comprendre comment les consommateurs évaluent et abordent les réservations en ligne, en se concentrant sur la confiance comme variable clé.

### **2.1. Facteurs de conception et d'expérience utilisateur**

Dans le contexte du commerce en ligne, la confiance du consommateur est profondément influencée par les éléments de conception et d'expérience qu'offre le site. Plusieurs études ont d'ailleurs établi un lien entre la confiance et les caractéristiques fonctionnelles du site, englobant des aspects tels que le design, la facilité de navigation, la quantité d'informations, la sécurité et la rapidité de téléchargement (Pan et Zinkhan, 2006). Ces dimensions englobent à la fois des aspects techniques et esthétiques, ce qui rejoint la dimension de contrôle perçue de la Théorie du Comportement Planifié (Toufaily et Perrien, 2006). La dimension de contrôle perçue dans la Théorie du Comportement Planifié fait référence à la façon dont une personne perçoit sa capacité à gérer ou à influencer ce qui va se passer quand elle agit d'une certaine manière. Cela signifie que lorsque quelqu'un pense qu'il a une certaine emprise sur les résultats de ses actions, il est plus enclin à se sentir en confiance et à agir conformément à ses intentions.

Des recherches ont suggéré une relation positive entre la qualité du site et la confiance perçue par le consommateur (Corbitt et al., 2003 ; McKnight et al., 2002). La notion de qualité du site peut revêtir différentes significations selon les préférences individuelles. Elle peut englober la facilité de navigation, la mise à jour régulière des informations, voire les deux simultanément (Bélanger et al., 2002).

Il est essentiel de noter que l'image de l'entreprise en ligne est principalement véhiculée aux consommateurs par le biais de son site, particulièrement pour les vendeurs moins connus. En effet, le site web agit comme un reflet de la crédibilité et du professionnalisme du vendeur, semblable à l'apparence soignée d'un vendeur en personne (Corbitt et al., 2003). La qualité du site a le pouvoir d'établir la confiance en projetant une image positive, ou inversement, de susciter la méfiance.

Ces facteurs intrinsèquement liés à la conception et à l'expérience de l'utilisateur jouent un rôle capital dans la création d'une atmosphère de confiance entre les consommateurs et le commerce en ligne, en alignement avec la dimension de contrôle perçue de la Théorie du Comportement Planifié.

## 2.2. Facteurs de sécurité et de confidentialité

Selon Westin (1967), la préservation de la confidentialité des informations personnelles implique que chaque individu puisse décider qui peut y accéder, en dehors de l'entité concernée. Ce concept revêt une importance particulière pour les achats en ligne (Korgaonkar et Wolin, 1999).

Cependant, la garantie de la sécurité de ces informations demeure un enjeu, nécessitant des mesures pour protéger les droits des consommateurs contre les menaces posées par les pirates informatiques. La sensibilité des consommateurs quant à la protection de leurs données personnelles est manifeste. La confidentialité et la sécurité des informations collectées sont des éléments majeurs dans la construction de la confiance envers le commerce en ligne (Milne et Boza, 1999 ; Gauzente et al., 2002).

Cet aspect exerce une influence significative sur la confiance des consommateurs dans les achats en ligne (Yoon, 2002 ; Suh et Han, 2003 ; Yousafzai et al., 2005), étant donné que toute donnée partagée en ligne peut être interceptée par des tiers non autorisés, suscitant des inquiétudes quant à leur utilisation frauduleuse, notamment en ce qui concerne les numéros de carte de crédit. La perception de la sécurité des données personnelles, élément intrinsèque à la norme subjective de la Théorie du Comportement Planifié, joue donc un rôle crucial.

## 2.3. Facteurs sociaux et d'interaction

Dans cette section, nous allons explorer les facteurs sociaux et d'interaction qui jouent un rôle essentiel dans la confiance des consommateurs envers les plateformes de réservation en ligne. L'importance des relations humaines et sociales ne peut être sous-estimée dans ce contexte. Intégrer ces aspects peut donner un avantage concurrentiel précieux (Toufaily et al., 2010), en recréant une dimension sociale similaire au monde réel (Yoo et Alvi, 2001). Avec l'émergence du web 2.0, de nouvelles caractéristiques ont vu le jour sur les plateformes en ligne, permettant aux entreprises de créer des réseaux, de gérer des interactions et des communications de manière personnalisée et intelligente (Loiancono et al., 2007). Parmi ces caractéristiques, la réputation joue un rôle central. Elle reflète la croyance en l'honnêteté du partenaire et sa capacité à tenir ses engagements (Doney et Cannon, 1997 ; Nguyen et Leblanc, 2001). Dans le domaine des réservations en ligne, la réputation est d'autant plus cruciale, car elle influence directement la confiance des utilisateurs.

La réputation est fragile et peut être ébranlée par des actions négatives (Nguyen et Leblanc, 2001). En revanche, une bonne réputation renforce la crédibilité de la plateforme (Doney et Cannon, 1997), ce qui se traduit par une confiance plus forte des utilisateurs (Anderson et Weitz, 1989 ; Jarvenpaa et Tractinsky, 1999). Cette notion de réputation est en corrélation avec la dimension attitude envers le comportement de la Théorie du Comportement Planifié.

Quelle que soit la nature de la plateforme en ligne, la réputation reste un élément clé de la confiance (Jarvenpaa et Tractinsky, 1999 ; Yoon, 2002). Une bonne réputation rassure les utilisateurs et les incite à avoir confiance. Les expériences positives passées contribuent également à la satisfaction des utilisateurs, ce qui influence directement leur confiance (Pavlou, 2003). Par ailleurs, une résolution efficace des problèmes renforce la confiance des utilisateurs dans la plateforme, un aspect essentiel dans le domaine des réservations en ligne (Sirdeshmukh et al., 2002). Ces éléments de réputation, d'expériences passées et de résolution de problèmes sont en harmonie avec les composantes attitude et norme subjective de la TCP.

## Chapitre 2 – Hypothèses et modèle de recherche

Nous avons récemment effectué une exploration approfondie de la littérature pour mieux comprendre notre sujet et identifier des pistes de réflexion. Maintenant, nous allons passer à la phase de formulation du problème, au cours de laquelle nous établirons des hypothèses

basées sur cette analyse approfondie de la littérature. Ces hypothèses nous aideront à répondre de manière adéquate à notre question de recherche.

## **1. Facilité de navigation**

La facilité de navigation sur une plateforme en ligne a été définie comme une variable d'utilisabilité, reflétant la simplicité avec laquelle les utilisateurs peuvent accomplir des tâches et trouver des informations (Wang et Sénécal, 2008). Cette dimension est souvent associée à la facilité d'utilisation et à l'efficacité (Corritore, Krachner et Wiedenbeck, 2003 ; Davis, 1989). Harridge-March (2006) ont suggéré que la facilité de navigation permet aux clients de gagner du temps et de surmonter les risques financiers et de performance, contribuant ainsi à la confiance. Une navigation simplifiée aide les consommateurs à obtenir les informations souhaitées, ce qui, à son tour, favorise une confiance envers le site. Des études empiriques (Fogg et al., 2001 ; Koufaris et Hampton-Sosa, 2004) ont renforcé cette relation en montrant que la facilité de navigation perçue influence positivement la confiance en ligne. En tenant compte de ces observations, nous formulons l'hypothèse suivante :

Hypothèse 1 : La facilité de navigation perçue d'une plateforme en ligne a un impact positif sur la confiance en ligne.

## **2. Familiarité envers le site**

La notion de familiarité se rapporte à la compréhension qu'une personne acquiert concernant le comportement d'une autre, basée sur des interactions passées ou des expériences antérieures (Gefen, 2000). Cette familiarité peut varier selon différents contextes, comme la connaissance d'une entreprise ou d'un site en ligne. Dans le cadre des relations en ligne, la familiarité a été identifiée comme un facteur précurseur de la confiance (Gefen, 2000 ; Bhattacharjee, 2002). La familiarité offre des repères concrets, permettant à l'individu d'anticiper les comportements futurs en se basant sur les interactions passées (Gefen, 2000).

Cependant, il est important de noter que la confiance établie par la familiarité dépend des comportements favorables antérieurs de la plateforme en ligne. Les expériences négatives ou inattendues peuvent au contraire compromettre la confiance déjà établie. Cette perspective relationnelle ne peut expliquer la confiance initiale, mais plutôt celle qui a déjà

été établie. La familiarité agit également en réduisant l'incertitude et en simplifiant les relations (Gefen, 2000). Ainsi, notre hypothèse se formule comme suit :

Hypothèse 2 : La familiarité avec une plateforme en ligne a un impact positif sur la confiance.

### **3. La réputation**

La réputation d'une plateforme de réservation en ligne se réfère à la perception globale des utilisateurs concernant la cohérence des actions de cette plateforme au fil du temps, particulièrement en ce qui concerne des aspects spécifiques liés aux services de réservation (Herbig et Milewicz, 1993). Cette évaluation peut englober différents aspects tels que la fiabilité des informations fournies, la qualité des services proposés et les avis en ligne laissés par les utilisateurs (Nguyen, Leblanc et Leclerc, 2008). La réputation d'une plateforme de réservation découle des expériences directes et indirectes des utilisateurs, ainsi que de leurs interactions passées avec la plateforme, y compris les retours d'expérience partagés par d'autres utilisateurs (Caruana et Ewing, 2010).

Dans le domaine des réservations en ligne, la réputation joue un rôle essentiel en établissant et en maintenant la confiance des utilisateurs. Elle leur offre un moyen de différenciation entre les différentes options de réservation disponibles sur le marché, en tenant compte des retours d'autres utilisateurs sur la qualité des services (Flaviân, Guinaliu et Torres, 2005). De plus, la réputation positive d'une plateforme de réservation facilite la prise de décision des utilisateurs, notamment lorsque ces derniers sont confrontés à des choix similaires et que les avis en ligne fournissent des informations sur les expériences passées d'autres clients (Athanasopoulos, 2000). En tant qu'actif précieux et difficile à imiter, la réputation joue un rôle crucial dans le succès à long terme d'une plateforme de réservation en ligne (Hall, 1993 ; Wang et Lo, 2002). En considérant ces éléments, l'hypothèse suivante peut être avancée :

Hypothèse 3 : La réputation du marchand a un impact positif sur la confiance en ligne des utilisateurs de plateformes de réservation en ligne.

### **4. Sécurité perçue/respect de la vie privée**

La perception de sécurité en ligne, dans le contexte spécifique des plateformes de réservation en ligne, se réfère à la capacité des utilisateurs à contrôler différents aspects, tels que la préservation de la confidentialité de leurs informations et la protection contre les utilisations non autorisées. Cette notion de sécurité englobe des éléments essentiels tels que l'authentification, la non-répudiation, la confidentialité et l'intégrité des données (Maghiros, 2002 ; Suh et Han, 2003).

Pour les plateformes de réservation en ligne, cette confiance en la sécurité et la confidentialité en ligne devient fondamentale pour bâtir une relation de confiance durable avec les clients (Aladwani, 2001).

La perception de sécurité en ligne est étroitement liée au respect de la vie privée, incluant la protection des données personnelles contre toute utilisation non autorisée (Suh et Han, 2003).

Plusieurs recherches (Hoffman, Novak et Peralta, 1999 ; Yoon, 2002 ; Corbitt, Thanasankit et Yi, 2003 ; Suh et Han, 2003 ; Kim et Prabhakar, 2004 ; Chen et Bames, 2007) ont démontré que la sécurité perçue et le respect de la vie privée ont un impact positif sur la confiance en ligne. Cette perception de sécurité rassure les utilisateurs quant à la vulnérabilité de leurs informations personnelles et de leurs transactions sur les plateformes de réservation en ligne. Un site perçu comme sécurisé et respectueux de la vie privée favorise la confiance des utilisateurs dans l'échange d'informations et la réalisation de transactions. Sur cette base, l'hypothèse suivante est formulée :

Hypothèse 4 : La sécurité perçue et le respect de la vie privée ont un impact positif sur la confiance des utilisateurs envers les plateformes de réservation en ligne.

### Chapitre 3 – Méthodologie

Cette section se concentrera sur la méthodologie employée pour les entretiens. Elle débutera par une présentation des objectifs sous-jacents aux entretiens réalisés. Ensuite, les instruments de collecte de données seront discutés. Une étape ultérieure consistera à définir le processus de sélection des participants, ce qui permettra de dresser des portraits des

personnes interviewées. Les modalités de conduite des entretiens seront exposées dans un quatrième temps, suivi d'une explication du processus d'analyse des données recueillies.

## **1. Les objectifs**

Étant donné que, à ma connaissance, il n'existe pas de travaux compilant les facteurs susceptibles d'influencer la confiance des consommateurs à l'égard des plateformes en ligne, j'ai préféré adopter une approche exploratoire pour cette étude. C'est pourquoi j'ai entrepris 8 entretiens avec des internautes français qui ont déjà effectué des réservations d'hôtels en ligne. Les résultats obtenus vont permettre la confirmation ou la réfutation des hypothèses émises précédemment compte tenu des articles scientifiques.

Cette étude a été entreprise dans le but de rassembler les opinions des individus interviewés concernant leurs perspectives sur trois axes préalablement définis :

- Leurs comportements en ligne.
- Les caractéristiques des plateformes en ligne pouvant influencer positivement ou négativement la confiance qu'ils ressentent à leur égard.
- Les éléments qu'ils associent à la confiance lors de leur utilisation de plateformes en ligne.

Le but est de mieux comprendre les éléments qui influencent la confiance des consommateurs vis-à-vis des plateformes en ligne. En écoutant attentivement les histoires et les opinions des gens, cette recherche vise à découvrir des informations riches et à identifier des tendances importantes qui pourraient ne pas être évidentes dans des méthodes de recherche plus simples.

Les participants ont été sélectionnés de manière à garantir une variété de profils au sein de l'échantillon, couvrant différentes caractéristiques sociodémographiques et fréquences d'utilisation d'Internet (consultez le Tableau 1).

## **2. Le guide d'entretien**

Dans le contexte de cette recherche qualitative, nous avons employé un guide d'entretien pour recueillir des informations auprès des participants. Ce guide a été élaboré en se basant sur les hypothèses que nous avons précédemment formulées. Il se compose d'une série de questions et de sujets à aborder lors des entretiens, dans le but de couvrir les aspects

essentiels de la problématique en cours d'étude. Il est important de noter que ce guide d'entretien n'est pas fixe, mais plutôt adaptable en fonction des échanges avec les participants.

### **3. La grille d'entretien**

Introduction :

Bonjour, je m'appelle Martins Fanny, dans le cadre de ma formation, je réalise une étude sur les plateformes en ligne de réservation. Je vous remercie d'avoir accepté de me consacrer un peu de votre temps. Il n'y a rien de compliqué à faire. Je souhaiterais que nous parlions tout simplement de vos habitudes en ligne. Ne vous inquiétez pas, je ne vais pas vous demander d'improviser sur ce sujet. J'aurai quelques questions à vous poser pour commencer et ensuite, nous discuterons tout à fait normalement, comme vous le feriez avec quelqu'un de votre entourage. Cet entretien sera traité de manière anonyme. Aucune information confidentielle ne vous sera demandée. En revanche, notre conversation sera enregistrée car vous comprendrez qu'il est assez difficile de prendre des notes et d'écouter quelqu'un parler en même temps. Avant de commencer, j'insiste sur le fait qu'il n'y a pas de bonnes, ni de mauvaises réponses. Avez-vous des questions avant que nous commençons ?

1. Pouvez-vous vous présenter ?
2. Qu'aimez-vous faire de votre temps libre ?
3. Pouvez-vous me parler de votre dernier voyage ?

Partie 1 : Les habitudes sur les plateformes en ligne

4. A quelle fréquence effectuez-vous des réservations dans des établissements hôteliers ?
5. Lorsque vous devez effectuer une réservation par quel canal réservez-vous ?
6. En général quels sont le motif de vos séjours ? (Affaire, loisir...)

Partie 2 : Hypothèse 1 : La facilité de navigation perçue d'une plateforme en ligne a un impact positif sur la confiance en ligne.

7. Avez-vous remarqué que lorsque vous naviguez facilement sur le site de réservation en ligne, vous vous sentez plus enclin à faire des transactions en toute confiance ?

8. Pouvez-vous partager une expérience où une navigation simple sur une plateforme de réservation en ligne a eu un impact sur votre niveau de confiance dans le service?
9. Lorsque la navigation sur un site de réservation en ligne est difficile, avez-vous tendance à hésiter davantage avant de faire une réservation en raison d'un sentiment d'incertitude ?
10. Est-ce que la facilité de navigation sur la plateforme en ligne influence votre sentiment de confiance lorsque vous l'utilisez pour effectuer des réservations ?

Partie 3 : Hypothèse 2 : La familiarité avec une plateforme en ligne a un impact positif sur la confiance.

11. Avez-vous remarqué que lorsque vous devenez familier avec les étapes et les fonctionnalités d'une plateforme de réservation, cela diminue votre sentiment d'incertitude et renforce votre confiance ?
12. Sur quelle plateforme en ligne avez-vous effectué le plus de réservation ?
13. Pensez-vous que votre connaissance et votre expérience passée avec une plateforme de réservation influencent votre niveau de confiance envers ses services ?

Partie 4 : Hypothèse 3 : La réputation du marchand a un impact positif sur la confiance en ligne des utilisateurs de plateformes de réservation en ligne.

14. Comment avez-vous entendu parler de cette plateforme de réservation en ligne ?
15. Est-ce que les avis ou les retours d'autres utilisateurs ont joué un rôle dans votre décision d'utiliser cette plateforme ?
16. Dans quelle mesure la réputation de cette plateforme influence-t-elle votre niveau de confiance lorsque vous effectuez des réservations en ligne ?

Partie 5 : Hypothèse 4 : La sécurité perçue et le respect de la vie privée ont un impact positif sur la confiance des utilisateurs envers les plateformes de réservation en ligne.

17. Vous sentez-vous en sécurité lorsque vous partagez vos informations personnelles en réservant en ligne ?
18. Pouvez-vous me donner un exemple où vous avez eu une bonne expérience en termes de sécurité lors de votre réservation en ligne ?
19. Est-ce que les règles de confidentialité et la protection des données sont importantes pour vous lorsque vous utilisez cette plateforme ?

Partie 6 : Conclusion de l'entretien

20. Avez-vous d'autres éléments à ajouter en lien avec les questions précédemment posées?

21. Remerciements.

#### 4. Caractéristiques des répondants

Afin de mieux comprendre les éléments qui influencent la confiance sur les plateformes en ligne, j'ai mené des entretiens avec des personnes ayant déjà utilisé de telles plateformes. Mon objectif était d'obtenir leur point de vue sur ce sujet. J'ai contacté ces personnes par téléphone ou par e-mail et je leur ai proposé de participer à des entretiens semi-directifs. J'ai réalisé un total de huit entretiens en personne, en veillant à ce que chaque participant ait déjà eu une expérience avec une plateforme de réservation en ligne.

Le tableau présenté ci-dessous synthétise les entretiens exploratoires qui ont été réalisés.

| Entretien     | Date de l'entretien | Âge    | Genre    | Profession                               |
|---------------|---------------------|--------|----------|--|
| Entretien n°1 | 04/02/2023          | 32 ans | Masculin | Éditrice                                 |
| Entretien n°2 | 11/03/2023          | 25 ans | Féminin  | Professeure de Yoga                      |
| Entretien n°3 | 11/03/2023          | 41 ans | Masculin | Coach de vie et préparateur en pharmacie |
| Entretien n°4 | 23/04/2023          | 22 ans | Féminin  | Étudiante en Master géomatique           |
| Entretien n°5 | 03/06/2023          | 30 ans | Masculin | Psychologue                              |
| Entretien n°6 | 15/06/2023          | 35 ans | Féminin  | Intervenante sociale                     |
| Entretien n°7 | 29/06/2023          | 44 ans | Féminin  | Coiffeuse                                |
| Entretien n°8 | 10/07/2023          | 50 ans | Masculin | Chauffeur routier                        |

### Chapitre 4 – Résultats

Les résultats des entretiens que j'ai menés vont être exposés. Il convient de noter que cette phase de présentation se concentrera principalement sur la description des résultats bruts, sans entrer dans une analyse détaillée à ce stade.

## **1. Résultat de la partie 2 du guide d'entretien**

Hypothèse 1 : La facilité de navigation perçue d'une plateforme en ligne a un impact positif sur la confiance en ligne.

L'analyse des résultats révèle des convergences et des nuances dans les perspectives des participants. Les extraits des entretiens permettent de saisir comment les participants perçoivent l'interaction entre la facilité de navigation et la confiance en ligne.

Plusieurs participants, tels que le (Répondant A, 04/02/2023, Annexe G) lors de l'entretien 1, ont exprimé que la simplicité de la navigation sur un site de réservation renforce leur confiance pour effectuer des transactions. Le (Répondant A, 04/02/2023, Annexe G) affirme que « Si c'est intuitif et que je trouve tout facilement, je me dis que c'est un site sérieux et ça me met plus à l'aise pour passer à la réservation. ». Des expériences concrètes, comme celle partagée par le (Répondant D, 23/04/2023, Annexe J), qui met en avant Airbnb comme un exemple où la facilité de navigation renforce sa confiance, viennent étayer cette perspective.

Cependant, des nuances émergent également. Le (Répondant B, 11/03/2023, Annexe H), souligne que « La facilité de navigation peut donner une première impression positive, mais de là à dire que ça va me donner confiance, pas quand même ». De même, le (Répondant G, 29/06/2023, Annexe M), indique que, bien que la navigation simple ne modifie pas directement son sentiment de confiance, elle rend le processus plus fluide et pratique.

Par ailleurs, la facilité de navigation joue également un rôle dans la prise de décision. Le (Répondant C, 11/03/2023, Annexe I), met en avant que « Plus c'est lisible, plus la réservation est simple à faire, et puis les tarifs sont clairs, etc. Eh bien, c'est franchement plus engageant pour effectuer son achat après. » De même, le (Répondant H, 10/07/2023, Annexe N), explique que des informations organisées et faciles à trouver influent sur sa confiance pour réserver.

## **2. Résultat de la partie 3 du guide d'entretien**

Hypothèse 2 : La familiarité avec une plateforme en ligne a un impact positif sur la confiance.

La présentation des résultats liée à l'Hypothèse 2 met en évidence les idées communes qui émergent des entretiens.

Plusieurs participants ont exprimé que la familiarité avec une plateforme en ligne renforce leur confiance pour effectuer des réservations. Le (Répondant A, 04/02/2023, Annexe G), mentionne que l'utilisation régulière d'Airbnb le rend plus à l'aise et rapide dans le processus de réservation. De même, le (Répondant E, 03/06/2023, Annexe K), souligne que « lorsque je connais bien une plateforme et que je suis habitué à son fonctionnement, je me sens beaucoup plus à l'aise et confiant ».

La préférence pour certaines plateformes est également soulignée comme un facteur contribuant à la familiarité. Le (Répondant B, 11/03/2023, Annexe H), mentionne Booking.com comme sa plateforme préférée et explique que l'habitude d'utilisation renforce sa confiance. Le (Répondant C, 11/03/2023, Annexe I), souligne également que « Booking, c'est vraiment ce que j'utilise le plus ».

De manière générale, les participants s'accordent sur le fait que l'expérience passée positive avec une plateforme influence favorablement leur niveau de confiance. Le (Répondant D, 23/04/2023, Annexe J), explique « j'ai toujours eu de bonnes expériences avec Airbnb, donc je leur fais confiance ». De même, le (Répondant G, 29/06/2023, Annexe M) souligne que les bonnes expériences passées avec une plateforme créent naturellement plus de confiance.

### **3. Résultat de la partie 4 du guide d'entretien**

Hypothèse 3 : La réputation de la plateforme en ligne a un impact positif sur la confiance des utilisateurs de plateformes de réservation en ligne.

Les participants ont souvent entendu parler des plateformes de réservation en ligne à travers des sources variées, notamment le bouche-à-oreille, les publicités à la télévision et sur internet. Par exemple, le (Répondant E, 03/06/2023, Annexe K), mentionne : « J'ai entendu parler de la plateforme Booking par le bouche-à-oreille ».

Les avis et les retours d'autres utilisateurs jouent un rôle significatif dans la décision des participants d'utiliser une plateforme. Le (Répondant A, 04/02/2023, Annexe G), souligne l'importance des avis positifs et du pourcentage de bons avis pour sa décision de réserver. De même, le (Répondant F, 03/06/2023) indique : « J'attends souvent d'avoir des retours de mes proches en qui j'ai confiance avant de réserver sur une plateforme ».

La réputation des plateformes influence la confiance des participants. La réputation joue un rôle majeur dans la décision d'utilisation des participants, car elle est considérée comme un indicateur de la qualité des services offerts. Le (Répondant C, 11/03/2023, Annexe I), exprime que la réputation est essentielle pour évaluer la crédibilité d'une plateforme.

#### **4. Résultat de la partie 5 du guide d'entretien**

Hypothèse 4 : La sécurité perçue et le respect de la vie privée ont un impact positif sur la confiance des utilisateurs envers les plateformes de réservation en ligne.

Les résultats de la Partie 5, sur la sécurité perçue lors du partage d'informations personnelles en ligne, varient en fonction de la confiance que les participants ont envers le site. Certains participants, comme Le (Répondant A, 04/02/2023, Annexe G), se sentent plus en sécurité lorsque le site montre des signes de sécurité, tels que le petit cadenas dans la barre d'adresse.

Les participants citent des exemples où ils ont ressenti une bonne expérience en termes de sécurité, comme le (Répondant E, 03/06/2023, Annexe K): « Sur les sites sécurisés, une confirmation de la banque est nécessaire pour autoriser le paiement. »

La confidentialité des données et la protection de la vie privée sont des préoccupations majeures pour certains participants. Certains, comme le (Répondant F, 03/06/2023), expriment leurs inquiétudes : « J'espère vraiment que mes informations personnelles ne seront pas mal utilisées. Je fais très attention à ça. »

Cependant, certains participants ne se préoccupent pas autant de la confidentialité et de la protection des données. Certains, comme Le (Répondant C, 11/03/2023, Annexe I), admettent ne pas accorder une grande importance à ces questions : « Pas du tout, franchement, je m'en fous un peu pour être franc. »

## Chapitre 5 – Analyse des résultats

### **1. Résultats des hypothèses :**

#### 1.1. Résultat de l'hypothèse 1

Hypothèse 1 : La facilité de navigation perçue d'une plateforme en ligne a un impact positif sur la confiance en ligne

La revue de littérature a mis en évidence que la facilité de navigation perçue sur une plateforme en ligne est associée à la simplicité d'utilisation, à l'efficacité, et à la confiance des utilisateurs. Des études antérieures (Fogg et al., 2001 ; Koufaris et Hampton-Sosa, 2004) ont démontré que la facilité de navigation perçue influence positivement la confiance en ligne.

Les résultats des entretiens qualitatifs confirment largement les conclusions de la revue de littérature. Plusieurs participants, ont exprimé que la simplicité de la navigation sur les plateformes de réservation renforce leur confiance. Par exemple le (Répondant E, 03/06/2023, Annexe K): "Si je peux accéder facilement à ce que je recherche et que la réservation se déroule sans souci, cela renforce ma confiance dans la plateforme. Une navigation simple et fluide me donne l'impression que le site est bien géré et que je peux avoir confiance en ses services."

Cependant, des nuances sont également observées. Certains participants, tels que Le (Répondant B, 11/03/2023, Annexe H), et le (Répondant A, 04/02/2023, Annexe G), indiquent que bien que la facilité de navigation puisse créer une impression positive, elle ne garantit pas nécessairement un niveau élevé de confiance. Le (Répondant A, 04/02/2023, Annexe G), affirme : "En réalité, je ne pense pas que la facilité de navigation affecte directement mon sentiment de confiance. Cela rend simplement le processus plus pratique et fluide."

En comparant les résultats des entretiens qualitatifs avec les conclusions de la revue de littérature, nous pouvons affirmer que les résultats des entretiens confirment largement l'Hypothèse 1. La facilité de navigation perçue a un impact positif sur la confiance en ligne,

comme suggéré par la littérature. Cependant, il convient de noter que des nuances existent, certains participants considérant que la facilité de navigation influence davantage la fluidité du processus que la confiance directe.

## 1.2. Résultat de l'hypothèse

Hypothèse 2 : La familiarité avec une plateforme en ligne a un impact positif sur la confiance.

La revue de littérature met en évidence que la familiarité avec une plateforme en ligne est associée à la confiance des utilisateurs. La familiarité est considérée comme un facteur précurseur de la confiance en ligne, car elle offre des repères concrets basés sur les interactions passées. (Gefen, 2000 ; Bhattacharjee, 2002). Cependant, la confiance établie par la familiarité dépend des expériences passées positives, tandis que les expériences négatives peuvent compromettre la confiance établie.

Les résultats des entretiens qualitatifs sont en alignement avec les conclusions de la revue de littérature. Plusieurs participants, ont exprimé que la familiarité avec une plateforme en ligne renforce leur confiance. Par exemple, le (Répondant B, 11/03/2023, Annexe H), mentionne que : « Quand j'ai déjà eu de bonnes expériences avec une plateforme, ça me donne plus confiance pour y retourner. Je sais à quoi m'attendre donc c'est rassurant pour moi. ». Le (Répondant E, 03/06/2023, Annexe K), souligne également que la familiarité avec une plateforme le rend plus à l'aise et confiant.

Les entretiens qualitatifs ajoutent des perspectives complémentaires. Les participants soulignent que la préférence pour certaines plateformes contribue à la familiarité et renforce la confiance. Par exemple, le (Répondant B, 11/03/2023, Annexe H), mentionne que sa plateforme préférée, Booking.com, renforce sa confiance en raison de son habitude d'utilisation.

En comparant les résultats des entretiens qualitatifs avec les conclusions de la revue de littérature, nous pouvons affirmer que les résultats des entretiens confirment l'Hypothèse 2. La familiarité avec une plateforme en ligne a un impact positif sur la confiance, comme suggéré par la littérature. Les expériences positives et la préférence pour certaines plateformes contribuent à cette relation. Les nuances observées dans les entretiens

enrichissent également notre compréhension de la façon dont la familiarité influence la confiance.

### 1.3. Résultat de l'hypothèse 3

Hypothèse 3 : La réputation de la plateforme en ligne a un impact positif sur la confiance des utilisateurs de plateformes de réservation en ligne.

Dans la revue de littérature, il a été souligné que la réputation d'une plateforme de réservation en ligne joue un rôle crucial en établissant et en maintenant la confiance des utilisateurs (Hall, 1993 ; Wang et Lo, 2002). La réputation est fondée sur des expériences directes et indirectes des utilisateurs, ainsi que sur les avis et retours d'expérience partagés par d'autres utilisateurs (Athanassopoulos, 2000). Une réputation positive facilite la prise de décision des utilisateurs en fournissant des informations sur la qualité des services et en différenciant les options de réservation disponibles.

En comparant cela avec les résultats de l'étude qualitative, il est clair que les participants ont effectivement mentionné l'importance de la réputation et des avis dans leurs décisions d'utilisation des plateformes de réservation en ligne. Le (Répondant E, 03/06/2023, Annexe K), a évoqué : « J'ai entendu parler de la plateforme Booking par le bouche-à-oreille. Des amis l'utilisaient déjà et m'ont conseillé de chercher mes hôtels sur ce site. Leur recommandation m'a incitée à l'essayer. » Le (Répondant A, 04/02/2023, Annexe G), a souligné l'importance des avis positifs pour sa décision de réserver, tandis que le (Répondant F, 03/06/2023), a mentionné qu'elle attendait souvent des retours de confiance avant de réserver sur une plateforme. Le (Répondant C, 11/03/2023, Annexe I), a exprimé que la réputation est essentielle : « Pour moi la réputation, c'est essentiel, avoir l'avis des consommateurs et leurs expériences qu'ils ont vécues, ça permet de situer un peu aussi. C'est un bon site ou pas et puis il s'agit aussi de la crédibilité du site. »

Les résultats de l'étude qualitative semblent être en cohérence avec l'hypothèse 3, montrant que la réputation d'une plateforme a un impact positif sur la confiance en ligne des utilisateurs.

### 1.4. Résultat de l'hypothèse 4

Dans la revue de littérature, il a été mis en évidence que la sécurité perçue en ligne, notamment en ce qui concerne la préservation de la confidentialité des informations et la protection contre les utilisations non autorisées, est fondamentale pour établir une relation de confiance durable avec les clients sur les plateformes de réservation en ligne. De plus, plusieurs recherches ont démontré que la sécurité perçue et le respect de la vie privée ont un impact positif sur la confiance en ligne (Hoffman, Novak et Peralta, 1999). Les utilisateurs se sentent davantage en confiance lorsqu'ils perçoivent un site comme sécurisé et respectueux de la vie privée.

Comparons maintenant cela avec les résultats de l'étude qualitative. Les participants ont effectivement exprimé des sentiments variés concernant la sécurité perçue lors du partage d'informations personnelles en ligne. Certains, à l'instar du (Répondant A, 04/02/2023, Annexe G), ont mentionné se sentir plus en sécurité lorsque le site montre des signes de sécurité, tels que le petit cadenas dans la barre d'adresse. Des exemples concrets ont été cités, comme celui du (Répondant D, 23/04/2023, Annexe J) qui évoque : « Pour Saint-Cirq-Lapopie en mars, on a réservé sur Airbnb, donc pas de galère de transfert d'argent. Le fait que la plateforme gère tout, ça rassure... »

De plus, les préoccupations liées à la confidentialité et à la protection de la vie privée ont été exprimées par certains participants, tels que le (Répondant F, 03/06/2023) ou le (Répondant H, 10/07/2023, Annexe N), qui a mentionné : « Je tiens à ce que mes données restent privées et à l'abri des abus. Si un site ne peut pas garantir cela, je ne me sentirais pas à l'aise de l'utiliser. » Cependant, certains participants, à l'instar du (Répondant C, 11/03/2023, Annexe I), ont admis ne pas accorder une grande importance à ces questions de confidentialité et de protection des données : « Je ne fais pas vraiment attention à la protection des données, ça ne m'intéresse pas. »

En comparant ces résultats, on peut conclure que les participants ont des attitudes variées envers la sécurité perçue et le respect de la vie privée. Certains considèrent ces aspects comme importants pour renforcer leur confiance en ligne, tandis que d'autres peuvent ne pas accorder autant d'importance à ces questions. Cela met en évidence une nuance dans la relation entre la sécurité perçue et la confiance en ligne, qui peut être influencée par les préférences et les attitudes individuelles des utilisateurs. Néanmoins, la majorité des entretiens restent en partie cohérents avec l'hypothèse 4, montrant que la sécurité perçue et

le respect de la vie privée ont un impact positif sur la confiance des utilisateurs envers les plateformes de réservation en ligne.

## **2. Les apports**

### **2.1. Apports théoriques**

Cette étude remplit un vide dans la recherche, en particulier en ce qui concerne la confiance en hôtellerie. Jusqu'à présent, peu d'études ont exploré ce sujet précis, malgré l'importance centrale de la confiance dans les décisions en ligne, surtout pour les réservations.

Même en abordant un concept aussi vaste que la confiance, cette étude l'applique de manière ciblée aux plateformes de réservation en ligne. Elle s'appuie de manière ingénieuse sur des modèles existants, tels que ceux de Hampton-Sosa et Koufaris (2005) ainsi que de Toufaily et al. (2010), en les adaptant aux caractéristiques spécifiques de ce domaine. Ainsi, elle élargit l'application des théories existantes pour répondre aux besoins de la recherche.

### **2.2. Apports méthodologiques**

Dans le cadre de cette étude sur les déterminants de la confiance sur les plates-formes en ligne, une approche méthodologique spécifique a été adoptée pour tester les hypothèses. L'une des principales spécificités de cette méthode réside dans l'utilisation d'un échantillon diversifié, comprenant des individus de différents genres et de différentes tranches d'âge. Contrairement à certaines études antérieures qui se sont principalement appuyées sur des étudiants pour leurs échantillons, cette étude a cherché à obtenir une représentativité plus large de la population afin de tirer des conclusions plus généralisables.

En choisissant un échantillon varié, cette étude a cherché à mieux refléter la réalité des utilisateurs des plates-formes en ligne, en prenant en compte les différences de genres et d'âges. Cela permet d'obtenir des résultats plus robustes et applicables à un plus grand éventail de personnes.

### **2.3. Apports managériaux**

Tout d'abord, je conseillerais vivement aux plateformes en ligne de mettre l'accent sur la gestion de leur réputation. Cette dimension s'avère essentielle, car elle influence directement le niveau de confiance des utilisateurs. Pour assurer une réputation solide et fiable, il est

impératif de fournir des informations précises et de maintenir des niveaux de service cohérents dans le temps.

En outre, je préconiserais aux plateformes en ligne de se concentrer sur la création d'une expérience utilisateur positive et familière. Faciliter la résolution rapide des problèmes des utilisateurs et garantir une première utilisation agréable sont des moyens d'encourager la fidélité. Les entreprises devraient comprendre que la satisfaction et la confiance issues de la première interaction ont un impact significatif sur le taux de rétention des clients.

En ce qui concerne la sécurité et l'ergonomie du site, je recommanderais aux plateformes de les placer au cœur de leur stratégie. La sécurité des données personnelles et financières est non négociable. La mise en place de mesures de protection renforce la confiance des utilisateurs dans les transactions en ligne. De plus, une ergonomie bien conçue facilite la navigation et la recherche d'informations, offrant ainsi une expérience utilisateur optimale et réduisant le risque de frustration.

Enfin, je conseillerais aux établissements de choisir judicieusement les plateformes sur lesquelles ils décident d'être présents. Sélectionner des plateformes qui répondent aux normes élevées de réputation, de sécurité et d'ergonomie est crucial pour maintenir une image positive et crédible. Une association avec des plateformes de qualité renforce la crédibilité de l'établissement et renforce la confiance des clients potentiels.

### **3. Les limites et contraintes de recherche**

Cette étude a apporté des éclairages précieux sur les déterminants de la confiance en ligne au sein des plateformes de réservation. Cependant, il est essentiel de reconnaître les limites à cette recherche. L'une des principales limites réside dans la taille restreinte de l'échantillon. En effet, cette étude s'est basée uniquement sur huit entretiens, ce qui peut être considéré comme un échantillon relativement petit. Cette taille limitée peut restreindre la généralisation des résultats à l'ensemble de la population utilisant les plateformes de réservation en ligne.

### **4. Les pistes de recherches**

L'étude actuelle a ouvert la voie à plusieurs pistes de recherche futures pertinentes pour approfondir notre compréhension des déterminants de la confiance en ligne sur les plateformes de réservation :

Extension de l'échantillon et diversité :

Afin d'améliorer la représentativité des résultats, des recherches ultérieures pourraient élargir l'échantillon en incluant une diversité de profils démographiques et géographiques. Cela permettrait de mieux saisir les nuances de la confiance en ligne dans différentes populations.

Influence Culturelle et Contextuelle : Les futures études pourraient explorer comment les facteurs culturels et contextuels influencent la manière dont les utilisateurs perçoivent et accordent leur confiance aux plateformes en ligne. Une telle analyse permettrait de mieux appréhender les différences et similitudes dans la construction de la confiance à travers diverses cultures et situations.

Technologies Émergentes et Confiance : À mesure que de nouvelles technologies continuent d'émerger, il serait intéressant de se pencher sur l'impact de ces innovations sur la confiance des utilisateurs. L'exploration des implications de l'intelligence artificielle, de la réalité virtuelle et d'autres avancées technologiques aiderait à anticiper les changements dans la perception de la confiance.

En explorant ces pistes de recherche, nous pourrions continuer à enrichir notre compréhension des déterminants de la confiance en ligne sur les plateformes de réservation et contribuer à un environnement en ligne plus sûr et fiable pour les utilisateurs.

## Conclusion

En conclusion, cette étude a examiné en détail les déterminants de la confiance en ligne, en se concentrant sur les plateformes de réservation en ligne. Les résultats ont éclairé les facteurs influençant la confiance des utilisateurs envers ces plateformes. La sécurité des données personnelles est également critique pour instaurer la confiance lors des transactions en ligne. En outre, cette étude a souligné l'impact positif de la familiarité avec la plateforme sur la confiance. La réputation ainsi que la familiarité doivent aussi être prise en compte pour cultiver la confiance des utilisateurs et renforcer leur fidélité.

## Conclusion générale

De nos jours, les plateformes en ligne de réservation sont devenues incontournables, simplifiant considérablement la vie des consommateurs. Dans ce contexte, comprendre les éléments qui guident le choix des consommateurs revêt une importance capitale. C'est dans cette optique que cette étude a été entreprise pour décortiquer les facteurs de sélection sur les plateformes en ligne, conduisant à la problématique centrale : quels sont les déterminants de la confiance sur les plateformes en ligne de réservation?

Les résultats de cette recherche ont mis en lumière que la confiance est un élément clé et incontournable dans le processus de choix des consommateurs. Les revues de littératures ainsi que les entretiens démontrent que la confiance joue un rôle fondamental et qu'elle ne peut être sous-estimée. Elle constitue un facteur décisif parmi les critères qui orientent les décisions d'achat des utilisateurs. En effet, sans un niveau adéquat de confiance, le processus de réservation ne peut pas prospérer.

Cette constatation revêt une importance significative pour les acteurs opérant dans le domaine des plateformes de réservation en ligne. Elle souligne l'impératif d'instaurer un climat de confiance envers les utilisateurs. Les entreprises doivent mettre en place des mesures visant à renforcer la confiance, en mettant l'accent sur des éléments tels que la réputation, la sécurité des données, l'expérience utilisateur et la familiarité avec la plateforme. Ces dimensions, mises en évidence par cette étude, sont des piliers sur lesquels les entreprises doivent s'appuyer pour fidéliser les utilisateurs et accroître leur taux de conversion.

## Bibliographie

Allagui, A. & Temessek, A. (2013). Les composantes de la relation dans les e-services : comment créer la fidélité à l'égard d'un portail Internet ?. *Gestion* 2000, 30, 35-51. <https://doi.org/10.3917/g2000.301.0035>

Allouche, M. & Mrabet, A. (2015). Le processus de développement de l'intention de la fidélité du client à l'égard d'un prestataire de services financiers en ligne :: une étude exploratoire dans le contexte tunisien. *La Revue des Sciences de Gestion*, 272, 119-131. <https://doi.org/10.3917/rsg.272.0119>

Goldfinger, C. (2002). L'économie de la sécurité des paiements en ligne. *Revue d'économie financière*, 167-184.

Chouk, I. (2005). La confiance du consommateur vis-à-vis d'un marchand Internet : proposition d'une échelle de mesure. ResearchGate. Consulté à l'adresse [https://www.researchgate.net/publication/44029811\\_La\\_confiance\\_du\\_consommateur\\_vis-a-vis\\_d%27un\\_marchand\\_Internet\\_proposition\\_d%27une\\_echelle\\_de\\_mesure](https://www.researchgate.net/publication/44029811_La_confiance_du_consommateur_vis-a-vis_d%27un_marchand_Internet_proposition_d%27une_echelle_de_mesure)

HAMIDI, O., & DADDI BABA, R. (2020). Réalisation d'une plateforme web de réservation d'hôtel (Doctoral dissertation).

Hamel, Z., & Smail, L. (2020). Conception et réalisation d'une plateforme pour réservation de vols et chambres d'hôtel (Doctoral dissertation, Université Mouloud Mammeri).

Hikkerova, L., Pupion, P. & Sahut, J. (2015). Fidélisation et fidélité dans l'hôtellerie : une comparaison franco-slovaque. *Management & Avenir*, 78, 161-181. <https://doi.org/10.3917/mav.078.0161>

Lemoine, J. & Cherif, E. (2012). Comment générer de la confiance envers un agent virtuel à l'aide de ses caractéristiques ? Une étude exploratoire. *Management & Avenir*, 58, 169-188. <https://doi.org/10.3917/mav.058.0169>

Ogonowska, M., & Torre, D. (2014). Joint opaque selling systems for online travel agencies. *Revue d'économie industrielle*, (147), 111-139. <https://doi.org/10.4000/rei.5878>

Rajaobelina, L., Bergeron, J., & Ricard, L. (2009). Proposition d'un modèle des antécédents et des conséquences de la confiance en ligne: le cas des services bancaires en ligne. *Communications of the IBIMA*, 10, 1943-7765.

Sallemi, A. Antécédents et effets de la confiance en ligne.

SARDOUK, N. (2020). Le rôle de la confiance en ligne dans l'intention d'achat de l'e-consommateur libanais. *Proche-Orient Études en management*, 32(1), 59-73.

Sauthier, M. (2010). Avenir des systèmes-outils de réservation dans les destinations touristiques (Doctoral dissertation, Haute Ecole de Gestion & Tourisme).

Tahali, S. (2022). La réservation d'hôtel en ligne, quels déterminants pour le touriste : Cas du pourtour transfrontalier du Luxembourg. *Projectics / Proyéctica / Projectique*, 31, 127-145. <https://doi.org/10.3917/proj.031.0127>

Toufaily, É., Rajaobelina, L., Fallu, J., Ricard, L. & Graf, R. (2010). Les caractéristiques relationnelles du site Web ont-elles un impact sur la confiance des clients en ligne ? *Management & Avenir*, 32, 192-209. <https://doi.org/10.3917/mav.032.0192>

Viossat, L. (2018). Les plateformes, un modèle en voie de régulation. *Constructif*, 50, 40-43. <https://doi.org/10.3917/const.050.0040>

## Table des annexes

|  |    |
|--|----|
| Annexe A : Carte pour parcours sensoriel.....  | 50 |
| Annexe B : Sac Residence Inn .....             | 51 |
| Annexe C : Invitation Garden Party .....       | 52 |
| Annexe D : Remerciement Garden Party .....     | 53 |
| Annexe E : Extrait tableau de prospectio ..... | 54 |
| Annexe F : Photo SOP Events .....              | 55 |
| Annexe G : Entretien exploratoire n°1 .....    | 56 |
| Annexe H : Entretien exploratoire n°2 .....    | 62 |
| Annexe I : Entretien exploratoire n°3.....     | 67 |
| Annexe J : Entretien exploratoire n°4.....     | 72 |
| Annexe K : Entretien exploratoire n°5 .....    | 78 |
| Annexe L : Entretien exploratoire n°6.....     | 84 |
| Annexe M : Entretien exploratoire n°7.....     | 89 |
| Annexe N : Entretien exploratoire n°8 .....    | 94 |

## Annexe A : Carte pour parcours sensoriel



## Annexe B : Sac Residence Inn



## **Annexe C : Invitation Garden Party**

<https://74iq3.r.a.d.sendibm1.com/mk/mr/8IHchyJFRiQKB5oJj-yC98wsciSY1CxOIMCp8aZalc1tMltd8qPpE5w1UZH9xIP4sJhF3pCdvAUUACE2RHmVh1IaPsOqEDDLBHmkAY6k2T1bkYUKLigtMzhaBVR7x1R0HtpIEU>

## **Annexe D : Remerciement Garden Party**

[https://www.canva.com/design/DAFmRPQOPxI/mdcmKeZNm\\_VWQKwxhdfK7Q/watch?utm\\_content=DAFmRPQOPxI&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=link&utm\\_source=publishsharelink](https://www.canva.com/design/DAFmRPQOPxI/mdcmKeZNm_VWQKwxhdfK7Q/watch?utm_content=DAFmRPQOPxI&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=publishsharelink)

## Annexe E : Extrait tableau de prospectio

| Statut        | Zone    | Entreprise  | Prénom | Nom    | Fonction               | Tél./Portable  | Email                                | Date 1er contact | Notes  | Intérêt client              | Email envoyé | RDV visite hôtel |
|---------------|---------|---|--------|--------|------------------------|----------------|--------------------------------------|------------------|--|-----------------------------|--------------|------------------|
| Email envoyé  | Blagnac | A3F Expertises                                      |        |        | Standardiste           | 05 34 47 13 96 | contact@a3fexpertes.fr               | 6/29/2023        | Ils vont au Holiday Inn                        | Hébergement seulement       | Oui          | Non              |
| Pas intéressé | Blagnac | Adéquat Intérim & Recrutement Toulouse Aéronautique |        |        | Standardiste           | 05 61 11 84 93 |                                      | 6/29/2023        | Pas intéressé                                  | Aucun                       | Non          | Non              |
| A relancer    | Blagnac | ADVEEZ  |        |        |                        | 05 81 76 16 80 |                                      | 6/29/2023        | Pas de réponse                                 |                             |              |                  |
| Email envoyé  | Blagnac | Air Formation                                       |        |        | Service Commercial     | 05 34 47 18 38 | service.commercial@air-formation.com | 6/29/2023        | Référencement à demander par email             | Hébergement seulement       | Oui          | Non              |
| Email envoyé  | Blagnac | Alimésa Blagnac                                     |        |        | Service Administration | 05 62 12 50 50 | relationclient.s.blagnac@alin.ea.com | 6/29/2023        | Ils vont au CC Blagnac pour déjeuner           | Restauration seulement      | Oui          | Non              |
| A relancer    | Blagnac | ALTIMER   |        |        |                        | 05 61 00 27 71 |                                      | 6/29/2023        | Pas de réponse                                 |                             |              |                  |
| A relancer    | Blagnac | Altran Technologies                                 |        |        |                        | 05 61 30 21 69 |                                      | 6/29/2023        | Pas de réponse                                 |                             |              |                  |
| Email envoyé  | Blagnac | ANAIS Formation                                     |        |        | Standardiste           | 05 62 85 58 21 | anaissformation@gmail.com            | 6/29/2023        | Hébergement occasionnel                        | Hébergement seulement       | Oui          | Non              |
| Email envoyé  | Blagnac | CAMAS Toulouse                                      |        |        | Standardiste           | 05 34 66 50 39 | thara.parady@apave.com               | 6/29/2023        | Notre brochure sera transmise à leur Directeur | Hébergement et restauration | Oui          | Non              |
| Email envoyé  | Blagnac | Castorama Blagnac                                   | Arnaud | VAUPRE | Directeur              | 06 38 20 13 95 | arnaud.vaupre@castorama.fr           | 6/29/2023        | Séminaires occasionnels                        | Restauration et séminaires  | Oui          | Non              |
| Pas intéressé | Blagnac | CENIT France SARL                                   |        |        | Standardiste           | 05 62 08 33 10 |                                      | 6/29/2023        | Pas intéressé mais ils connaissent l'hôtel     | Aucun                       | Non          | Non              |

## Annexe F : Photo SOP Events



## **Annexe G : Entretien exploratoire n°1**

Le 04/02/2023

**Étudiante : Bonjour, je me présente, je m'appelle Fanny et dans le cadre de ma formation, je vais réaliser une étude sur les plateformes de réservation en ligne. Je vous remercie d'avoir accepté de me consacrer un peu de votre temps. Il n'y a rien de compliqué à faire. Je souhaiterais que nous parlions tout simplement de vos habitudes en ligne. Ne vous inquiétez pas, je vais pas vous demander d'improviser sur ce sujet, j'aurai juste quelques questions à vous poser pour commencer et ensuite nous allons discuter tout simplement comme vous pourrais très bien le faire avec une amie. Je tiens à vous préciser que cet entretien sera traité de manière anonyme et aucune information confidentielle ne vous seront demandée. En revanche, je vais juste enregistrer notre entretien afin de pouvoir le retranscrire plus tard puisque sinon ce serait trop compliqué de le faire maintenant. Avant de commencer, j'insiste sur le fait qu'il n'y a pas de bonnes réponses ni de mauvaises réponses. Voilà. Est-ce qu'avant de commencer, vous avez des questions ?**

Répondant A : Non, pas du tout.

**Étudiante : OK, très bien. Dans un premier temps je vais vous demander de vous présenter simplement ?**

Répondant A Alors je m'appelle X, j'ai 32 ans et je travaille actuellement dans une maison d'édition.

**Étudiante : Ok, très bien. Qu'est-ce que vous aimez faire de votre temps libre ?**

Répondant A : Alors j'adore voyager. Grande passion. Depuis toujours, j'ai voyagé dans beaucoup de pays, j'adore ça. J'aime également beaucoup le cinéma et j'adore lire, d'où la maison d'édition.

**Étudiante : Super. Est-ce que vous pouvez me parler et me raconter un peu votre dernier voyage ?**

Répondant A : Alors le dernier voyage que j'ai fait je suis partie beh à Minorque, avec un ami, c'était un voyage super. Ça faisait longtemps qu'on n'avait pas eu de vacances, donc on en avait vraiment besoin. On a choisi Minorque parce que c'était assez sauvage et ça nous permettait donc de déconnecter avec la réalité et vraiment de se ressourcer. C'était vraiment bien.

**Étudiante : Ça devait être un beau voyage. Et sinon, à quelle fréquence voyagez-vous ?**

Répondant A : J'essaie de voyager un peu à toutes mes vacances, donc 5 semaines de vacances par an. On essaie de partir un petit peu, quelques jours par-ci par-là ou se faire des petits week-ends donc ça m'arrive quand même. C'est assez fréquent quand on a des vacances quoi.

**Étudiante : Merci bien, il faut. Et quand vous voyagez, et que vous devez effectuer des réservations, dans des hôtels, vous réservez de quelle manière ? vous passez par internet, par téléphone, par email ?**

Répondant A : Le plus souvent, c'est internet, c'est plus simple pour nous de faire des réservations avec tout ce qui est booking. Expédia, c'est vraiment l'outil principal. Après, on peut regarder également sur Airbnb donc vraiment sur internet, c'est le plus simple, y a plus de description et si jamais on a des petites questions je contact l'hôtel par mail.

**Étudiante : Et. En général, quels sont les motifs de vos séjours ? vous voyagez plutôt du coup pour le loisir, d'après ce que j'ai compris ?**

Répondant A : Le plus souvent, c'est pour le loisir, je voyage pas beaucoup pour mon travail donc plus souvent c'est pour le loisir.

**Étudiante : Alors, est-ce que vous réservez souvent des hôtels en ligne ?**

Répondant A : Pas trop souvent, en fait. Une ou deux fois par an peut-être, quand j'ai besoin d'aller quelque part.

**Étudiante : Et quand vous réservez, vous utilisez quel site ou application généralement ?**

Répondant A : Souvent c'est Booking, Airbnb et Expedia, ce sont ceux que j'utilise le plus.

**Étudiante : D'accord. Et est-ce que la facilité de navigation sur ces sites joue un rôle pour vous ?**

Répondant A : Ah ouais, complètement. Quand c'est galère à trouver ce que je veux, ça me fait hésiter à réserver, ça me met un peu le doute.

**Étudiante : Tout à fait. Donc, si c'est simple à utiliser, ça vous donne plus confiance pour réserver ?**

Répondant A : Grave. Si c'est intuitif et que je trouve tout facilement, je me dis que c'est un site sérieux et ça me met plus à l'aise pour passer à la réservation.

**Étudiante : Ça a du sens. Et est-ce que vous auriez un exemple où une navigation facile vous a vraiment convaincue de réserver ?**

Répondant A : Ouais, l'été dernier, j'ai trouvé un super appart sur Airbnb, tout était bien rangé, j'ai pu voir les photos et les infos claires, ça m'a vraiment rassuré, puis j'ai pu rentrer en contact avec la personne qui loué l'appart directement sur l'appli.

**Étudiante : Merci pour ces détails. Et à l'inverse, si c'est compliqué à utiliser, ça vous fait douter ?**

Répondant A : Exactement. Si je trouve pas les informations que je veux chercher, je peux me demander si c'est vraiment fiable, ça peut me refroidir.

**Étudiante : C'est super clair, merci ! Une dernière question sur ça : est-ce que vous diriez que la facilité de navigation influence vraiment votre niveau de confiance quand vous réservez en ligne ?**

Répondant A : Oui, je pense que c'est lié. Si je trouve que le site est bien fait, ça me donne l'impression que c'est une boîte sérieuse, et du coup, je suis plus à l'aise pour leur filer mes sous aha.

**Étudiante : Passons à autre chose. Vous avez mentionné utiliser Booking, Airbnb, et Expedia ; est-ce que vous en préférez un en particulier ?**

Répondant A : Je suis plus team Airbnb, je trouve que c'est plus convivial, et souvent moins cher que des hôtels, puis comme c'est des logement entier je peux me préparer à manger et je suis plus autonome que à l'hôtel, tu vois ce que je veux dire?

**Étudiante : Complètement, et est-ce que vous pensez que le fait d'utiliser plus souvent Airbnb vous rend plus familière avec leur plateforme ?**

Répondant A : Grave. Quand t'utilises souvent un truc, tu te sens plus à l'aise, t'as plus l'impression de savoir comment ça marche. Ça deviens aussi plus rapide, pour réserver puisque je connais bien les fonctionnalité du site.

**Étudiante : Je vois. Donc, si vous vous sentez familière avec une plateforme, ça vous met plus en confiance pour réserver ?**

Répondant A : Oui, c'est ça. Si je connais euh les étapes, les trucs à remplir, tout ça, je me dis que je risque moins de me planter. Puis c'est plus simple de réserver avec une plateforme connue que de réserver avec une nouvelle plateforme, c'est plus risqué.

**Étudiante : Tout à fait. Merci pour ces infos, c'est super intéressant de voir comment la familiarité joue un rôle. Parlons maintenant un peu de la réputation des plateformes. Comment avez-vous entendu parler d'Airbnb, Booking et Expedia?**

Répondant A : Hmm, je crois que c'était surtout par des potes qui en ont parlé, et puis j'ai vu des pubs en ligne aussi, sauf Expedia, c'est au travail de ma copine, en faite elle est amené à voyager souvent et sa boite réserve régulièrement pour lui des chambres avec Expedia.

**Étudiante : Est-ce que les avis ou les retours d'autres utilisateurs ont joué un rôle dans votre décision d'utiliser ces plateformes ?**

Répondant A : Ah ouais, c'est sûr. Avant de réserver, je regarde toujours les avis, ça me rassure de voir ce que les gens disent, même si je sais que tout le monde n'a pas le même avis. Mais je regarde quand même la proportion de bon et mauvais avis. En tout cas je ne prendrai pas le risque de réserver sur une plateforme qui a beaucoup de mauvais commentaire.

**Moi : Donc, ça veut dire que la réputation des plateformes influence un peu votre confiance en elles ?**

Répondant A : Oui. Si je vois que plein de gens ont eu des bons séjours, ça me dit que c'est fiable.

**Étudiante : Et en parlant de confiance, est-ce que vous vous sentez en sécurité quand vous partagez vos informations personnelles en réservant en ligne ?**

Répondant A : Hmm, oui, je dirais que ça dépend du site. Si je vois qu'ils font attention à la sécurité, genre avec le petit cadenas dans la barre d'adresse, je me sens mieux aha.

**Étudiante : C'est bien de faire attention à ça. Avez-vous déjà eu une bonne expérience en termes de sécurité lors d'une réservation en ligne ?**

Répondant A : Une fois j'ai réservé un hôtel et ils m'ont demandé de confirmer par SMS, c'était cool, ça montrait qu'ils vérifiaient bien les trucs.

**Étudiante : Et est-ce que les règles de confidentialité et la protection des données sont importantes pour vous ?**

Répondant A : Oui. Je veux pas que mes infos finissent n'importe où, donc si je vois qu'ils se soucient de ça, je suis plus rassurée.

**Étudiante : C'était super intéressant, merci beaucoup pour toutes vos réponses!**

Répondant A : Pas de soucis, c'était sympa de parler de tout ça.

**Étudiante : Si vous avez quelque chose à ajouter en lien avec les questions qu'on a abordées, je vous écoute !**

Répondant A : Hmm, je crois qu'on a fait le tour, là.

**Étudiante : Merci à vous aussi. Prenez soin de vous et à bientôt !**

## **Annexe H : Entretien exploratoire n°2**

Le 11/03/2023

**Étudiante : Bonjour, je m'appelle Fanny dans le cadre de ma formation, je réalise une étude sur les habitudes en ligne. Je vous remercie. Je te remercie d'avoir accepté de me consacrer un peu de ton temps. Il n'y a rien de compliqué à faire. Je souhaiterais que nous parlions tout simplement de tes habitudes en ligne. Ne t'inquiète pas, je ne vais pas te demander d'improviser sur ce sujet, j'aurais juste quelques questions à te poser pour commencer, puis ensuite nous pourrions discuter comme tu le ferais avec une amie. Euh, je tiens à te préciser que tu peux parler librement et que cet entretien sera traité de manière anonyme. Aucune information confidentielle ne te sera demandée. En revanche, notre conversation sera enregistrée car tu te doutes bien que c'est compliqué pour moi d'écrire et de de parler en même temps. Avant de commencer, je souhaiterais, j'insiste sur le fait qu'il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses. Il faut que tu te sentes libre de répondre comme tu le sens. Et parce que tu as des questions à me poser avant que nous commençons.**

Répondant B : Non, tout est très clair.

**Étudiante : Très bien alors dans un premier temps, je vais te demander de te présenter quel âge tu as, qu'est-ce que tu fais dans la vie ?**

Répondant B : Alors je m'appelle X. J'ai 25 ans et je suis gestionnaire de projet.

**Étudiante : Qu'est-ce que tu aimes faire dans la vie ? Tes passions ?**

Répondant B : Dans la vie, j'aime beaucoup manger dans des restaurants et tout ce qui touche à l'alimentation. J'adore découvrir. Tout ce qu'en France on peut faire. Ensuite voyager. J'aime beaucoup voyager chaque année, je pars dès que j'ai un peu de jours de vacances, je pars voyager, que ça soit pour un week-end ou pour même une semaine ou plusieurs semaines. Voilà. Alors j'ai l'habitude de rester quand même plus souvent en Europe, mais ça m'est déjà arrivé d'aller au niveau de des Caraïbes ou voilà.

**Étudiante : Trop bien. Ben justement, tu m'as dit que tu aimais voyager, est-ce que tu**

**peux me raconter ton dernier voyage ?**

Répondant B : Bien sûr, alors, mon dernier voyage est assez banal puisque c'était dans le cadre d'une mission. Je devais me rendre à Paris pour le travail, pendant 3 jours donc voilà. Après sinon mon dernier voyage hors travail c'était en juillet pour des vacances avec mon coinjoint. On est allé en Italie pendant 15 jours. Et, euh, c'était un super voyage !

**Étudiante : Ah c'est cool ! Bon, maintenant parlons un peu de tes habitudes en ligne. À quelle fréquence tu réserves des hôtels en ligne ?**

Répondant B : Franchement, assez souvent. Genre une fois par mois, je dirais.

**Étudiante : Ok, et quand tu réserves, tu passes plutôt par téléphone, mail ou en ligne?**

Répondant B : En général, je passe directement en ligne parce que c'est comment dire, euh... plus simple et rapide et puis je peux comparer les prix plus rapidement. De nos jours je vois pas qui passe par mail ou téléphone ahah.

**Étudiante : Parfait, et pour quelles occasions tu réserves habituellement ? Pour le travail, les vacances, autre ?**

Répondant B : Plutôt pour les vacances, mais parfois aussi pour des petits week-ends ou pour des déplacements pro, mais en majorité c'est pour les vacances.

**Étudiante : Merci. On va passer à la suite. Reste à l'aise, il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses, comme je l'ai dit. Alors, as-tu remarqué que quand tu navigues facilement sur un site de réservation, ça te donne plus confiance pour faire une réservation en ligne ?**

Répondant B : Euh, en réalité, pas vraiment. Pour moi, une navigation facile ne garantit pas forcément que je me sente plus confiante pour effectuer une transaction. Parce que sur Internet il y a beaucoup de site d'arnaque bien fait ou c'est simple de naviguer donc du coup pour moi c'est pas un critère de euh confiance.

**Étudiante : C'est bien noté. Et est-ce que tu te rappelles d'une fois où la navigation simple t'a vraiment aidée à avoir confiance dans le service ?**

Répondant B : Ah ouais, un truc m'est venu en tête. Une fois je devais réserver un hôtel en urgence, j'étais un peu stressée. Mais le site était clair, je crois que c'était Hotel.com ou un truc du style, donc j'ai trouvé l'hôtel et tout, ça m'a rassurée. Mais, quand je suis arrivée à l'hôtel, il était pas du tout à la hauteur malgré les bons avis sur le site. Donc, même si la navigation était simple, ça n'a pas vraiment contribué à renforcer ma confiance dans la qualité du service.

**Étudiante : C'est un point intéressant que tu soulèves. Lorsque la navigation sur un site de réservation en ligne est difficile, est-ce que ça peut te faire hésiter davantage avant de faire une réservation ?**

Répondant B : Ouais, carrément. Si je galère à trouver les infos, ça me soule et je galère pas je change de site. En plus souvent je réserve au dernier moment donc j'ai besoin que ça aille vite quoi.

**Étudiante : Compris. Et est-ce que tu sens que la facilité de navigation sur un site influence ton sentiment de confiance en utilisant la plateforme ?**

Répondant B : Euh, bof pas vraiment, en vrai je dirais que c'est un élément, mais ce n'est pas le seul. La facilité de navigation peut donner une première impression positive, mais de là à dire que ça va me donner confiance pas quand même.

**Étudiante : Merci, tes réponses sont super utiles. Passons à la suite. As-tu remarqué que quand tu deviens familière avec une plateforme, tu te sens moins hésitante et plus confiante pour réserver ?**

Répondant B : Ah ouais, c'est sûr. Plus je l'utilise, moins j'ai peur de me tromper. Et puis, c'est clair que si je re utilise une plateforme en ligne de réservation plusieurs fois c'est que j'ai confiance en faite.

**Étudiante : Et sur quelle plateforme tu réserves le plus souvent ?**

Répondant B : Hmm, pas très original mais c'est Booking.com, je dirais. J'ai mes habitudes là-bas.

**Étudiante : Intéressant. Est-ce que tu penses que tes expériences passées avec une plateforme influencent ta confiance envers ses services ?**

Répondant B : Oui, clairement. Quand j'ai déjà eu de bonnes expériences avec une plateforme, ça me donne plus confiance pour y retourner. Je sais à quoi m'attendre donc c'est rassurant pour moi.

**Étudiante : C'est logique. Passons à la suite. Quand tu as entendu parler d'une plateforme de réservation en ligne, est-ce que ça t'influence pour l'utiliser ?**

Répondant B : Hmm, pas toujours. Des fois je fais ma recherche d'abord, mais si j'entends que d'autres personnes ont eu une bonne expérience, ça peut m'encourager surtout si c'est des gens de mon entourage, des gens que je connais.

**Étudiante : Ok. Et est-ce que les avis d'autres utilisateurs ont déjà joué un rôle dans ta décision d'utiliser une plateforme ?**

Répondant B : Ouais, ça m'est arrivé. Si je lis des commentaires positifs, ça me rassure. Ça montre que d'autres gens ont été satisfaits. Par exemple pour Booking, c'est grâce une collègue de travail que je l'utilise parce qu'elle m'en a dit du bien.

**Étudiante : C'est bien noté. Et est-ce que la réputation d'une plateforme influence vraiment ta confiance quand tu réserves en ligne ?**

Répondant B : Ouais, carrément ça me semble logique. Si j'entends du bien d'une plateforme, je me dis que c'est plus probable que je vais avoir une bonne expérience aussi.

**Étudiante : Ok. On arrive à la dernière partie. Quand tu partages tes informations personnelles en réservant en ligne, est-ce que tu te sens en sécurité ?**

Répondant B : Hmm, je dirais que ça dépend. Si c'est un site que je connais et que je sais que c'est sérieux, je me sens mieux. Mais parfois, si je connais pas, j'hésite un peu.

**Étudiante : Compris. Peux-tu me donner un exemple où tu as vraiment ressenti que t'es informations étaient en sécurité lors d'une réservation en ligne ?**

Répondant B : Ah ouais, quand je réserve un hôtel sur Booking. Ils ont toutes ces sécurités et tout, ça me donne confiance, du style quand tu payes, beh tu reçois le message sur l'application de ta banque pour confirmer le paiement.

**Étudiante : Oui je vois. Et est-ce que la confidentialité des données et la protection des informations sont importantes pour toi quand tu utilises une plateforme ?**

Répondant B : Ahh oui, c'est trop important. Je veux pas que mes trucs perso se retrouvent partout. Si le site assure là-dessus, ça me rassure sinon c'est même pas la peine.

**Étudiante : Merci, tu m'as vraiment aidée avec tes réponses. Est-ce qu'il y a quelque chose d'autre que tu aimerais ajouter par rapport à nos questions ?**

Répondant B : Hmm, je pense pas. J'ai répondu à tout, je crois.

**Étudiante : Parfait, merci beaucoup X, tes réponses sont super importantes pour ma recherche. Ah, et bien sûr, un grand merci d'avoir participé !**

Répondant B : Pas de problème, contente d'avoir pu aider !

**Étudiante : Passe une excellente journée !**

## **Annexe I : Entretien exploratoire n°3**

Le 11/03/2023

**Étudiante : Alors Bonjour, je m'appelle Fanny et dans le cadre de ma formation, je réalise une étude sur les plateformes en ligne. Je vous remercie d'avoir accepté de me consacrer un peu de votre temps. Il n'y a rien de compliqué à faire. Je souhaiterais que nous parlions tout simplement de vos habitudes sur Internet. Ne vous inquiétez pas, je vais pas vous demander d'improviser sur ce sujet. J'aurais seulement quelques questions à vous poser pour commencer et ensuite nous discuterons tout simplement comme le ferait des amis. Euh. De votre entourage, je tiens à vous préciser que nous, vous que vous pouvez pas librement, que cet entretien sera traité de manière anonyme et aucune information confidentielle ne vous seront demandées. En revanche, notre conversation sera enregistrée car vous comprenez qu'il est assez difficile pour moi de noter et de vous parler en même temps et avant de commencer, j'insiste sur le fait qu'il n'y a pas de bonne ou de mauvaises réponses et que il faut que tu te faut que vous vous sentiez libre de parler comme vous le semblez. Euh, avant de commencer, est-ce que vous avez des questions ?**

**Étudiante : Nous allons commencer, pouvez-vous vous présenter ?**

Répondant C : Je m'appelle X j'ai 41 ans, j'ai deux enfants 7 ans et 4 mois et je suis préparateur en pharmacie et coach de vie

**Étudiante : Qu'aimez-vous faire de votre temps libre ? Vos passions ?**

Répondant C : Pendant mon temps libre je vais danser, je suis inscrit à des cours de danse, j'adore le rock ça permet de me défouler c'est le top, euh sinon la randonnée, j'aime bien mais quand c'est pas trop long non plus, jeux société

**Étudiante : Très bien. Pouvez-vous me parler de votre dernier voyage ?**

Répondant C : C'était l'été, je suis allé en Camargue dans un camping proche de la mer à Sète. C'était très bien pour les enfants parce qu'il y avait des activités proposées, la piscine, et une super ambiance. Franchement on s'est éclaté.

**Étudiante : Effectivement ça avait l'air bien. A quelle fréquence effectuez-vous des réservations dans des établissements hôteliers ?**

Répondant C : Hmm je dirais que j'ai effectué trois fois dans l'année, c'est pas non plus régulier, c'est surtout quand j'ai des vacances.

**Étudiante : Ok. Lorsque vous devez effectuer une réservation par quel canal réservez-vous ? Internet, Mail, Téléphone ?**

Répondant C : Le plus souvent je réserve sur Internet parce que c'est plus simple et puis une fois j'avais réservé par téléphone et quand je suis arrivé à l'hôtel il y avait aucune réservation à mon nom donc au moins quand je réserve sur Internet j'ai la preuve de la réservation.

**Étudiante : Je comprends. Et en général quels sont le motif de vos séjours ? (Affaire, loisir...)**

Répondant C : Plutôt pour le loisir avant pour le travaille beaucoup mais bon maintenant je suis plus tout jeune donc c'est vraiment pour le loisir. Souvent pour des stages de danse aussi ou des stages de développement personnel parce que ça m'intéresse beaucoup et puis pour les vacances quand j'amène ma famille en vacances.

**Étudiante : Très bien. Avez-vous remarqué que lorsque vous naviguez facilement sur le site de réservation en ligne, vous vous sentez plus propice à faire des transactions en toute confiance ?**

Répondant C : Oui oui tout à fait parce que plus c'est lisible plus la réservation est simple à faire et puis les tarifs sont claires etc. bah c'est franchement plus engageant pour effectuer son achat après.

**Étudiante : Pouvez-vous partager une expérience où une navigation simple sur une plateforme de réservation en ligne a eu un impact sur votre niveau de confiance dans le service?**

Répondant C : oui beh c'était sur Booking, je devais réserver un séjour pour aller à Bilbao et puis franchement sur Booking on trouve toutes les informations nécessaires que ce soit le prix, on retrouve aussi les avis des autres consommateurs sur les hôtel et puis oui c'était très simple de naviguer

**Étudiante : Super je vois. Lorsque la navigation sur un site de réservation en ligne est difficile, avez-vous tendance à hésiter davantage avant de faire une réservation en raison d'un sentiment d'incertitude ?**

Répondant C : Alors oui franchement ça donne pas du tout envie de réserver si c'est compliqué, et puis vous savez comme on dit, « Ce qui se conçoit bien s'énonce clairement » aha.

**Étudiante : Est-ce que la facilité de navigation sur la plateforme en ligne influence votre sentiment de confiance lorsque vous l'utilisez pour effectuer des réservations ?**

Répondant C : alors pour tout vous dire oui pour moi c'est essentiel parce que dans tous les cas déjà si je vois que c'est trop compliqué je vais pas batailler je vais même pas m'attarder sur ce site là.

**Étudiante : Effectivement. Avez-vous remarqué que lorsque vous devenez familier avec les étapes et les fonctionnalités d'une plateforme de réservation, cela diminue votre sentiment d'incertitude et renforce votre confiance ?**

Répondant C : oui c'est pour ça que je passe le plus souvent par Booking parce que je connais déjà la musique c'est pratique je sais comment ça va se passer et on va dire que j'ai pas de mauvaises surprises.

**Étudiante : C'est clair. Sur quelle plateforme en ligne avez-vous effectué le plus de réservation ?**

Répondant C : Alors euh Booking c'est vraiment ce que j'utilise le plus et Airbnb après le reste, je ne connais pas vraiment.

**Étudiante : C'est déjà très bien. Pensez-vous que votre connaissance et votre expérience passée avec une plateforme de réservation influencent votre niveau de confiance envers ses services ?**

Répondant C : alors bah oui comme j'ai dit tout à l'heure le fait que je connaisse et que ça se soit bien passé avant mais ça me pousse à revenir sur ce site surtout au jour d'aujourd'hui y'a plein de problèmes partout. J'ai pas envie de prendre le risque d'aller réserver sur une autre plateforme que je ne connais ni d'Adam, ni d'Eve, et après avoir un problème qu'on me pirate ma carte pour que ce soit.

**Étudiante : Comment avez-vous entendu parler de cette plateforme de réservation en ligne ?**

Répondant C : oh mais vous savez Booking c'est mondialement connu moi je j'en ai entendu parler partout, que ce soit le bouche-à-oreille, sur les réseaux sociaux, sur des publicités à la télé. On en entend parler partout.

**Étudiante : Est-ce que les avis ou les retours d'autres utilisateurs ont joué un rôle dans votre décision d'utiliser cette plateforme ?**

Répondant C : oui forcément, moi personnellement Booking, j'ai entendu que du bien et si j'avais entendu du mal, j'aurais certainement pas utiliser cette plateforme de réservation.

**Étudiante : Oui c'est logique. Dans quelle mesure la réputation de cette plateforme influence-t-elle votre niveau de confiance lorsque vous effectuez des réservations en ligne?**

Répondant C : alors pour moi la réputation, c'est essentiel, avoir l'avis des consommateurs et leurs expériences qu'ils ont vécu ça permet de situer un peu aussi. C'est un bon site ou pas et puis il s'agit aussi de la crédibilité du site.

**Étudiante : Vous sentez-vous en sécurité lorsque vous partagez vos informations personnelles en réservant en ligne ?**

Répondant C : À vrai dire, je me suis jamais vraiment posé la question, donc ça m'importe peu.

**Étudiante : Je vois. Pouvez-vous me donner un exemple où vous avez eu une bonne expérience en termes de sécurité lors de votre réservation en ligne ?**

Répondant C : Je ne fais pas vraiment attention à cela.

**Étudiante : Est-ce que les règles de confidentialité et la protection des données sont importantes pour vous lorsque vous utilisez cette plateforme ?**

Répondant C : Pas du tout, franchement, je m'en fous un peu pour être franc ; je ne fais pas vraiment attention à la protection des données, ça m'intéresse pas.

**Étudiante : Très bien je comprends. Avez-vous d'autres éléments à ajouter en lien avec les questions précédemment posées ?**

Répondant C : Non pas du tout, j'ai tout dit

**Étudiante : Très bien, je te remercie d'avoir accepté de participer à cette entretien. Je vous souhaite une bonne continuation.**

## **Annexe J : Entretien exploratoire n°4**

Le23/04/2023

**Étudiante : Bonjour, je m'appelle Fanny dans le cadre de ma formation, je réalise une étude sur les habitudes en ligne. Je vous remercie. Je te remercie d'avoir accepté de me consacrer un peu de ton temps. Il n'y a rien de compliqué à faire. Je souhaiterais que nous parlions tout simplement de tes habitudes en ligne. Ne t'inquiète pas, je ne vais pas te demander d'improviser sur ce sujet, j'aurais juste quelques questions à te poser pour commencer, puis ensuite nous pourrions discuter comme tu le ferais avec une amie. Euh, je tiens à te préciser que tu peux parler librement et que cet entretien sera traité de manière anonyme. Aucune information confidentielle ne te sera demandée. En revanche, notre conversation sera enregistrée car tu te doutes bien que c'est compliqué pour moi d'écrire et de parler en même temps. Avant de commencer, je souhaiterais, j'insiste sur le fait qu'il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses. Il faut que tu te sentes libre de répondre comme tu le sens. Et parce que tu as des questions à me poser avant que nous commençons.**

Répondant D : Non, tout est très clair.

**Étudiante : Parfait. Alors pour commencer, peux-tu te présenter en me disant quel âge tu as et ce que tu fais dans la vie ?**

Répondant D : Hey ! Moi c'est X, j'ai 22 ans et je suis en train d'entrer en master de géomatique à Toulouse. C'est là où je réside en ce moment.

**Étudiante : Génial, merci ! Et qu'est-ce que tu aimes faire pendant ton temps libre ?**

Répondant D : Oh, tu sais, rien de bien fou. J'aime bien lire, sortir avec mes potes, faire des balades, ou tout simplement me détendre devant une série ou sur mon ordi.

**Étudiante : C'est cool ! Et dis-moi, peux-tu me raconter ton dernier voyage ?**

Répondant D : Ah ouais, bien sûr ! Mon dernier voyage c'était à Saint-Cirq-Lapopie, dans le Lot. On est partis pendant 4 jours avec des potes. On avait réservé un Airbnb, et la proprio était super sympa. C'était dans le cadre d'une étude de terrain pour mes études, mais on en a profité pour explorer le coin. On en a même profité pour faire un petit détour par Cordes-sur-Ciel et Albi. C'était en mars. Oh, et y a aussi eu un petit week-end à Bielle-en-Ossau en juillet, dans un camping d'une pote à ma mère. C'était plus du fun, avec du canyoning et tout ça.

**Étudiante : Ça a l'air super intéressant ! Maintenant, passons aux habitudes en ligne. À quelle fréquence réserves-tu des établissements hôteliers ?**

Répondant D : Pour être honnête, j'utilise pas trop les hôtels, ils sont souvent plus chers que les Airbnb, en tout cas pour ce que je recherche. Je dirais que j'ai dû réserver un ou deux fois par an grand maximum sur les dernières années. Sinon, je trouve toujours un moyen de me loger autrement.

**Étudiante : Et quand tu réserves, sur quel site ou appli passes-tu généralement ?**

Répondant D : Oh, moi je suis Airbnb à fond ! Sinon, une fois j'ai dû chercher un hôtel et j'ai utilisé des sites connus comme Trivago, Booking, et tout ça. Mais en général, c'est vraiment Airbnb.

**Étudiante : Et quelles sont les raisons principales de tes voyages ? C'est plutôt pour les études, les affaires, ou plutôt pour le plaisir ?**

Répondant D : Alors, en licence de géo, j'ai dû me déplacer une fois pour une étude de terrain à Saint-Cirq-Lapopie. Sinon, le reste du temps, c'est vraiment pour le fun, pour découvrir de nouveaux endroits, changer d'air, tout ça.

**Étudiante : Merci pour tes réponses ! On va maintenant parler de l'influence de la navigation sur les sites de réservation. Est-ce que tu as remarqué que lorsque tu navigues facilement sur un site, tu te sens plus en confiance pour faire des transactions ?**

Répondant D : Oh ouais, c'est évident ! Si le site est clean, que tout est clair, ça donne plus envie de faire confiance. Et puis si tu trouves facilement ce que tu cherches, c'est sûr que t'as plus de confiance pour réserver.

**Étudiante : As-tu eu une expérience où la facilité de navigation a vraiment impacté ta confiance envers le service ?**

Répondant D : Clairement ! Airbnb c'est top pour ça. Tu débarques sur l'appli, tu mets tes critères, ton budget, et bam, ça te sort ce que tu veux. Et je viens même de découvrir que ça marche à l'étranger. Si tu trouves un bon hôte réactif, c'est nickel. J'ai jamais eu de souci avec la plateforme, j'espère que ça continuera comme ça.

**Étudiante : Quand la navigation sur un site est difficile, est-ce que ça te fait hésiter davantage avant de réserver à cause de l'incertitude ?**

Répondant D : Ouais, carrément ! Si c'est galère à utiliser, ça donne pas envie de s'embêter. J'veux dire, à l'heure d'aujourd'hui, avec toutes les avancées technos, on s'attend à ce que ce soit fluide et simple.

**Étudiante : Et est-ce que la facilité de navigation influence ton sentiment de confiance lorsque tu réserves en ligne ?**

Répondant D : Alors là, sans hésitation, oui ! Si je trouve ce que je veux rapidement, que tout est clair et que la réservation est simple, pourquoi j'aurais pas confiance ? Après, je cherche toujours des avis en ligne sur le site, pour être sûre.

**Étudiante : Passons à l'influence de la familiarité avec une plateforme en ligne sur la confiance. Est-ce que tu as remarqué que quand tu connais bien un site, tu te sens moins incertaine et plus en confiance ?**

Répondant D : Ouais, c'est vrai. Quand tu sais comment ça marche, que t'es à l'aise avec le site, forcément t'as moins de doutes. Si t'as déjà eu des expériences positives, ça renforce aussi la confiance.

**Étudiante : Et sur quelle plateforme en ligne as-tu réservé le plus souvent ?**

Répondant D : Alors là, c'est clairement Airbnb. J'ai vraiment l'habitude avec eux.

**Étudiante : Penses-tu que ton expérience avec une plateforme influence ta confiance envers leurs services ?**

Répondant D : Grave ! J'ai toujours eu de bonnes expériences avec Airbnb, donc je leur fais confiance. Si j'avais eu des soucis, ça serait pas pareil.

**Étudiante : Parlons maintenant de l'influence de la réputation du marchand. Comment as-tu entendu parler de la plateforme de réservation en ligne que tu utilises ?**

Répondant D : Oh, partout en fait. Entre les discussions avec les potes et les pubs, c'est difficile de pas en entendre parler. Puis c'est vrai que ça a bien explosé ces dernières années.

**Étudiante : Les avis d'autres utilisateurs ont-ils joué un rôle dans ta décision d'utiliser cette plateforme ?**

Répondant D : Oh, grave ! J'ai jamais vraiment entendu d'expérience négative avec la plateforme. Si j'avais entendu que des trucs négatifs, j'aurais été plus méfiante. Les avis des autres sont clairement un facteur important pour moi.

**Étudiante : Comment la réputation de la plateforme influence-t-elle ton niveau de confiance quand tu réserves en ligne ?**

Répondant D : Franchement, c'est méga important. Comme je disais, si je vois que tout le monde se plaint du service ou qu'il y a plein d'avis négatifs, c'est mort. Les avis en ligne sont devenus un moyen de se faire une idée. Faut juste faire gaffe aux faux avis, certains achètent des bons avis pour se la jouer.

**Étudiante : Passons à l'influence de la sécurité perçue et de la protection des données.**

**Te sens-tu en sécurité quand tu partages tes infos perso en réservant en ligne ?**

Répondant D : Bah ça dépend du site, franchement. Si tout est nickel, tu te dis que ça va aller. Après, t'es un peu parano, parce qu'avec tout ce qu'on partage en ligne aujourd'hui, on peut plus trop jouer les naïfs.

**Étudiante : Peux-tu me donner un exemple où tu as eu une bonne expérience en termes de sécurité lors d'une réservation en ligne ?**

Répondant D : Ah ouais, bien sûr ! Pour Saint-Cirq-Lapopie en mars, on a réservé sur Airbnb, donc pas de galère de transfert d'argent. Le fait que la plateforme gère tout, ça rassure. C'est comme quand tu achètes un truc sur LeBonCoin, c'est plus safe si tu passes par la plateforme.

**Étudiante : Et est-ce que les règles de confidentialité et la protection des données t'importent quand tu utilises une plateforme ?**

Répondant D : Ah, question tricky ! Je sais que c'est important, mais soyons honnêtes, qui lit vraiment tout ça ? Moi, je refuse les cookies sur les sites, mais c'est tout. C'est peut-être pas top, mais bon, on est tellement connectés de nos jours.

**Étudiante : Pour conclure, y a-t-il quelque chose d'autre que tu aimerais ajouter par rapport aux questions qu'on a discutées ?**

Répondant D : Ouais, c'était cool de discuter de tout ça. Les sites de réservation, c'est top, mais on doit rester vigilants. La confiance est là, mais la question de la protection des données est sérieuse. J'avoue que c'est paradoxal, parce que même si c'est important, on a tendance à pas trop s'en soucier quand on utilise ces plateformes. En tout cas, c'était chouette de parler de tout ça.

**Étudiante : Merci infiniment pour toutes tes réponses. C'était vraiment super intéressant d'avoir ton point de vue sur tout ça.**

Répondant D : Carrément, merci à toi ! C'était cool de participer. Si t'as besoin d'autres trucs, n'hésite pas à me demander.

**Étudiante : Pas de souci, je n'hésiterai pas. Encore merci, et bonne continuation dans tes études !**

## **Annexe K : Entretien exploratoire n°5**

Le 03/06/2023

**Étudiante : Bonjour, je m'appelle Fanny dans le cadre de ma formation, je réalise une étude sur les habitudes en ligne. Je vous remercie. Je te remercie d'avoir accepté de me consacrer un peu de ton temps. Il n'y a rien de compliqué à faire. Je souhaiterais que nous parlions tout simplement de tes habitudes en ligne. Ne t'inquiète pas, je ne vais pas te demander d'improviser sur ce sujet, j'aurais juste quelques questions à te poser pour commencer, puis ensuite nous pourrions discuter comme tu le ferais avec une amie. Euh, je tiens à te préciser que tu peux parler librement et que cet entretien sera traité de manière anonyme. Aucune information confidentielle ne te sera demandée. En revanche, notre conversation sera enregistrée car tu te doutes bien que c'est compliqué pour moi d'écrire et de parler en même temps. Avant de commencer, je souhaiterais, j'insiste sur le fait qu'il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses. Il faut que tu te sentes libre de répondre comme tu le sens. Et parce que tu as des questions à me poser avant que nous commençons.**

Répondant E : Non on peut commencer

**Étudiante : Parfait, alors commençons ! Peux-tu te présenter brièvement ? Ton âge, et ce que tu fais dans la vie par exemple ?**

Répondant E : Bien sûr, je m'appelle X j'ai 30 ans et je suis psychologue.

**Étudiante : Super, merci. Maintenant, j'aimerais en savoir un peu plus sur tes activités et tes centres d'intérêt en dehors de ton travail. Qu'aimes-tu faire pendant ton temps libre ?**

Répondant E : Ah, j'ai plein de trucs que j'aime faire ! J'adore la lecture, regarder des vidéos et des films. Puis j'aime sortir avec mes amis, essayer de nouvelles activités, me balader, cuisiner, manger, et même dessiner quand j'en ai l'occasion.

**Étudiante : C'est génial, tu as vraiment une variété d'intérêts ! Parlons maintenant de voyages. Peux-tu me raconter ton dernier voyage et ce que tu as fait ?**

Répondant E : Bien sûr ! Le dernier voyage que j'ai fait était dans le Nord, pendant le week-end du 1<sup>er</sup> mai. J'ai passé 4 jours à Lille et j'ai également eu l'occasion de visiter Bruxelles. C'était vraiment sympa de découvrir de nouveaux endroits.

**Étudiante : Merci pour ces informations. Maintenant, passons à la première partie de mon entretien, qui concerne tes habitudes sur les plateformes en ligne. À quelle fréquence effectues-tu des réservations dans des établissements hôteliers ?**

Répondant E : Environ une fois tous les 3 mois, je dirais. Ça dépend des occasions et des voyages que je prévois.

**Étudiante : Merci. Lorsque tu dois effectuer une réservation, par quel canal réserves-tu généralement ?**

Répondant E : Ça dépend aussi du type de réservation. Pour les hôtels, je regarde surtout sur Booking et Kelbillet. Parfois, j'utilise aussi Agoda, Airbnb ou Skyscanner pour les vols.

**Étudiante : Compris. Et en général, quels sont les motifs de tes séjours ? Est-ce plutôt pour des loisirs, le travail ou d'autres raisons ?**

Répondant E : En général, mes séjours sont surtout pour le loisir et les vacances. J'aime bien me détendre, découvrir de nouveaux endroits, donc c'est vraiment pour le plaisir.

**Étudiante : Merci pour ces informations. Passons maintenant à la partie qui traite de l'impact de la facilité de navigation sur les plateformes en ligne. Est-ce que tu as remarqué que lorsque tu navigues facilement sur un site de réservation en ligne, tu te sens plus encline à faire des transactions en toute confiance ?**

Répondant E : Oui, en partie. La facilité de navigation joue un rôle, mais ce n'est pas le seul facteur qui influence ma confiance.

**Étudiante : Intéressant. Peux-tu partager une expérience où une navigation simple sur une plateforme de réservation en ligne a eu un impact sur ton niveau de confiance dans le service ?**

Répondant E : Bien sûr. J'utilise souvent Airbnb, et ce que j'apprécie, c'est que toutes les conditions d'échange, de remboursement et de réclamation sont clairement établies et faciles à trouver. Cela me donne confiance dans le service, car je sais à quoi m'attendre en cas de problème.

**Étudiante : C'est un bon point. Maintenant, si la navigation sur un site de réservation en ligne est difficile, as-tu tendance à hésiter davantage avant de faire une réservation en raison d'un sentiment d'incertitude ?**

Répondant E : Oui, absolument. Si je trouve que le site est compliqué à utiliser ou que les informations ne sont pas claires, ça me fait hésiter à réserver. Et puis je vais donc regarder sur une autre plateforme.

**Étudiante : Merci pour cette réponse. Et est-ce que la facilité de navigation sur la plateforme en ligne influence ton sentiment de confiance lorsque tu l'utilises pour effectuer des réservations ?**

Répondant E : Oui, tout à fait. Si je peux accéder facilement à ce que je recherche et que la réservation se fait sans souci, cela renforce ma confiance dans la plateforme. Une navigation simple et fluide me donne l'impression que le site est bien géré et que je peux avoir confiance en ses services.

**Étudiante : C'est bien de savoir comment la facilité de navigation peut influencer la confiance. Maintenant, passons à la partie concernant la familiarité avec une plateforme en ligne. As-tu remarqué que lorsque tu deviens familier avec les étapes et les fonctionnalités d'une plateforme de réservation, cela diminue ton sentiment d'incertitude et renforce ta confiance ?**

Répondant E : Oui, tout à fait. Lorsque je connais bien une plateforme et que je suis habituée à son fonctionnement, je me sens beaucoup plus à l'aise et confiant pour effectuer des réservations. La familiarité avec les étapes et les fonctionnalités me rassure, car je sais à quoi m'attendre.

**Étudiante : Merci pour cette réponse. Sur quelle plateforme en ligne as-tu effectué le plus de réservations ?**

Répondant E : J'ai effectué le plus de réservations sur Booking. C'est une plateforme que je connais bien et qui m'a donné de bonnes expériences par le passé.

**Étudiante : C'est intéressant de savoir quelles plateformes sont les plus utilisées. Penses-tu que ta connaissance et ton expérience passée avec une plateforme de réservation influencent ton niveau de confiance envers ses services ?**

Répondant E : Absolument. Lorsque j'ai eu de bonnes expériences avec une plateforme et que je n'ai rencontré aucun problème par le passé, cela renforce ma confiance envers leurs services. Je sais à quoi m'attendre et je me sens plus à l'aise pour continuer à les utiliser.

**Étudiante : C'est logique. Passons maintenant à la réputation des plateformes en ligne. Comment as-tu entendu parler de la plateforme de réservation en ligne que tu utilises ?**

Répondant E : J'ai entendu parler de la plateforme Booking par le bouche-à-oreille. Des amis l'utilisaient déjà et m'ont conseillé de chercher mes hôtels sur ce site. Leur recommandation m'a incitée à l'essayer.

**Étudiante : Les avis et les retours d'autres utilisateurs ont-ils joué un rôle dans ta décision d'utiliser cette plateforme ?**

Répondant E : Oui, absolument. J'ai tendance à prendre en compte les avis et les retours d'autres utilisateurs. Si une plateforme a de bons avis et des retours positifs, cela me donne confiance pour l'utiliser. Les expériences des autres utilisateurs sont souvent un bon indicateur de la qualité du service.

**Étudiante : Merci pour cette perspective. Enfin, dans quelle mesure la réputation de cette plateforme influence-t-elle ton niveau de confiance lorsque tu effectues des réservations en ligne ?**

Répondant E : La réputation joue un rôle important dans mon niveau de confiance. Si une plateforme est connue et considérée comme une référence, cela me met en confiance. Cela signifie que de nombreuses personnes en sont satisfaites, et cela augmente ma confiance envers les services offerts. Si une plateforme n'avait pas déjà cette réputation, je serais probablement plus prudente et je ferais davantage de recherches avant de lui faire confiance.

**Étudiante : Passons à l'influence de la sécurité perçue et de la protection des données. Te sens-tu en sécurité quand tu partages tes infos perso en réservant en ligne ?**

Répondant E : Ça dépend du site. Si je réserve, j'ai plutôt confiance en le fait que mes informations bancaires resteront confidentielles, mais un peu moins pour mes autres informations personnelles. Je pense qu'elles peuvent toujours être partagées, je ne sais juste pas à qui. J'essaie donc de minimiser le nombre de plateformes auxquelles je donne mes infos.

**Étudiante : Peux-tu me donner un exemple où tu as eu une bonne expérience en termes de sécurité lors d'une réservation en ligne ?**

Répondant E : Sur les sites sécurisés, une confirmation de la banque est nécessaire a autoriser le paiement. Je sais donc que la transaction est sécurisée

.

**Étudiante : Et est-ce que les règles de confidentialité et la protection des données t'importent quand tu utilises une plateforme ?**

Répondant E : Elles sont relativement importantes. Je sais que la plupart des plateformes peuvent utiliser et transmettre nos données jusqu'à un certain point, mais je pars du principe que ces informations sont souvent déjà sur internet, et que même si elles sont « divulguées » elles serviront pas à grand-chose, car elles ne peuvent souvent être transmises

qu'a des entreprises qui les utilisent surtout pour cibler leurs pubs ou me contacter. Par contre, j'essaie de faire attention à ne pas donner accès à mes informations à un particulier, ou à des sites d'arnaques, qui eux peuvent tenter des opérations illégales. J'aime pas enregistrer mes informations bancaires sur une plateforme, parce que je pense que c'est simple de pirater mon compte sur cette plateforme et ensuite d'utiliser ma carte.

**Étudiante : Merci beaucoup, pour toutes ces réponses. Avant de conclure, as-tu d'autres éléments à ajouter en lien avec les questions précédemment posées ?**

Répondant E : Non c'est bon

**Étudiante : Merci beaucoup pour toutes tes réponses. Je te remercie d'avoir pris le temps de participer à cette étude.**

Répondant E : Pas de problème.

## **Annexe L : Entretien exploratoire n°6**

Le 03/06/2023

**Étudiante : Bonjour, je m'appelle Fanny dans le cadre de ma formation, je réalise une étude sur les habitudes en ligne. Je vous remercie. Je te remercie d'avoir accepté de me consacrer un peu de ton temps. Il n'y a rien de compliqué à faire. Je souhaiterais que nous parlions tout simplement de tes habitudes en ligne. Ne t'inquiète pas, je ne vais pas te demander d'improviser sur ce sujet, j'aurais juste quelques questions à te poser pour commencer, puis ensuite nous pourrions discuter comme tu le ferais avec une amie. Euh, je tiens à te préciser que tu peux parler librement et que cet entretien sera traité de manière anonyme. Aucune information confidentielle ne te sera demandée. En revanche, notre conversation sera enregistrée car tu te doutes bien que c'est compliqué pour moi d'écrire et de parler en même temps. Avant de commencer, je souhaiterais, j'insiste sur le fait qu'il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses. Il faut que tu te sentes libre de répondre comme tu le sens. Et parce que tu as des questions à me poser avant que nous commençons.**

Répondant F : Non

**Étudiante : Commençons par la première question. Peux-tu te présenter ?**

Répondant F : Bonjour. Je m'appelle X, j'ai 35 ans et je travaille en tant qu'intervenante sociale au sein de la Structure de Premier Accueil des Demandeurs d'Asile.

**Étudiante : Merci . Pendant votre temps libre, qu'aimez-vous faire ?**

Répondant F : Pendant mon temps libre, j'aime passer du temps avec mes proches, sortir et voyager.

**Étudiante : Pouvez-vous me parler de votre dernier voyage ?**

Répondant F : Bien sûr, mon dernier voyage a été en Italie à l'occasion du mariage d'une de mes amies, Ndagou. Je suis restée 4 jours à Porto Recanati et deux jours à Bologne. C'était un super voyage.

**Étudiante : À quelle fréquence effectuez-vous des réservations dans des établissements hôteliers ?**

Répondant F : je ne voyage pas beaucoup, mais j'effectue des réservations dans des établissements hôteliers en moyenne 2 à 3 fois par an. Et c'est essentiellement quand j'ai des vacances.

**Étudiante : Lorsque vous devez effectuer une réservation, par quel canal réservez-vous généralement ? Mail, téléphone, internet ?**

Répondant F : Je réserve généralement par internet, en utilisant le site web Booking.

**Étudiante : En général, quels sont les motifs de vos séjours ?**

Répondant F : La plupart de mes séjours à l'étranger sont réalisés pour le loisirs.

**Étudiante : Passons maintenant à la partie 2, où nous abordons l'hypothèse selon laquelle la facilité de navigation en ligne a un impact sur la confiance. Avez-vous remarqué que lorsque vous naviguez facilement sur le site de réservation en ligne, vous vous sentez plus encline à faire des transactions en toute confiance ?**

Répondant F : Oui, en effet, lorsque je peux naviguer facilement sur le site, cela me donne une certaine assurance et augmente ma confiance pour effectuer des transactions.

**Étudiante : Pouvez-vous partager une expérience où une navigation simple sur une plateforme de réservation en ligne a eu un impact sur votre niveau de confiance dans le service ?**

Répondant F : Bien sûr, récemment j'ai utilisé Booking pour réserver un hôtel à Marrakech. Le processus de réservation était très fluide, et cela m'a donné confiance que l'ensemble de l'expérience serait également agréable.

**Étudiante : Lorsque la navigation sur un site de réservation en ligne est difficile, avez-vous tendance à hésiter davantage avant de faire une réservation en raison d'un sentiment d'incertitude ?**

Répondant F : Oui, certainement. Lorsque la navigation est compliquée, cela me laisse penser que l'ensemble du processus pourrait être désorganisé, ce qui peut entraîner une hésitation de ma part.

**Étudiante : Est-ce que la facilité de navigation sur la plateforme en ligne influence votre sentiment de confiance lorsque vous l'utilisez pour effectuer des réservations ?**

Répondant F : Oui, absolument. Une navigation aisée me donne l'impression que la plateforme est bien gérée et fiable, ce qui renforce ma confiance.

**Étudiante : Très bien. Avez-vous remarqué que lorsque vous devenez familière avec les étapes et les fonctionnalités d'une plateforme de réservation, cela diminue votre sentiment d'incertitude et renforce votre confiance ?**

Répondant F : Tout à fait. Plus je deviens familière avec une plateforme et que j'obtiens des résultats positifs, rapides plus ma confiance en elle augmente.

**Étudiante : Sur quelle plateforme en ligne avez-vous effectué le plus de réservations ?**

Répondant F : C'est Booking sur laquelle j'ai effectué la plupart de mes réservations en ligne. De toute façon, utilise pas d'autres plateformes que Booking.

**Étudiante : Pensez-vous que votre connaissance et votre expérience passée avec une plateforme de réservation influencent votre niveau de confiance envers ses services ?**

Répondant F : Absolument. Si j'avais eu de très mauvaises expériences avec Booking, par exemple, j'aurais arrêté de lui faire confiance pour mes réservations et je recherche une autre plateforme de réservation ;

**Étudiante : Je vois. Comment avez-vous entendu parler de la plateforme de réservation en ligne ?**

Répondant F : J'ai entendu parler de Booking via mes proches et également à travers les publicités sur internet et à la télévision.

**Étudiante : Est-ce que les avis ou les retours d'autres utilisateurs ont joué un rôle dans votre décision d'utiliser cette plateforme ?**

Répondant F : Oui, effectivement. J'attends souvent d'avoir des retours de mes proches en qui j'ai confiance avant de réserver sur une plateforme. Leurs avis et expériences sont essentiels pour que je fasse confiance à une plateforme.

**Étudiante : Dans quelle mesure la réputation de cette plateforme influence-t-elle votre niveau de confiance lorsque vous effectuez des réservations en ligne ?**

Répondant F : Étant donné qu'il y a de nombreux utilisateurs, y compris mes proches, qui utilisent cette plateforme, cela a un impact considérable sur la confiance que j'ai en elle.

**Étudiante : Pour la dernière partie, concernant la sécurité et la protection des données. Vous sentez-vous en sécurité lorsque vous partagez vos informations personnelles en réservant en ligne ?**

Répondant F : Pas tellement, j'ai toujours cette petite inquiétude que mes informations puissent être utilisées contre moi et où alors utiliser à mauvais escient. Internet, c'est un peu devenu la jungle et on n'y trouve de tout et surtout de plus en plus de sites malveillants. Donc il faut faire attention.

**Étudiante : Pouvez-vous me donner un exemple où vous avez eu une bonne expérience en termes de sécurité lors de votre réservation en ligne ?**

Répondant F : Bien sûr, lors de ma réservation dans un hôtel à Serekunda, Gambie, j'ai pu effectuer la réservation en ligne en toute tranquillité et régler le paiement à l'arrivée. Cette

expérience m'a donné un sentiment de sécurité, surtout en étant protégée dans un autre pays.

**Étudiante : Est-ce que les règles de confidentialité et la protection des données sont importantes pour vous lorsque vous utilisez cette plateforme ?**

Répondant F : Absolument, j'espère vraiment que mes informations personnelles ne seront pas mal utilisées. Je fais très attention à ça, notamment quand je suis sur Internet j'essaie de jamais accepter les cookies et je vérifie toujours qui est le cadenas en haut de la page et je fais attention aux plateformes que j'utilise.

**Étudiante : Merci pour vos réponses détaillées. Pour conclure, avez-vous d'autres éléments à ajouter en lien avec les questions précédemment posées ?**

Répondant F : Je tiens à dire que ce questionnaire a vraiment suscité ma réflexion sur la façon dont je choisis et réserve mes séjours. Merci de m'avoir donné l'opportunité de partager mes expériences.

**Étudiante : Merci beaucoup, pour votre contribution.**

Répondant F : Merci à toi.

## **Annexe M : Entretien exploratoire n°7**

Le 29/06/2023

**Étudiante : Bonjour, je me présente, je m'appelle Fanny et dans le cadre de ma formation, je vais réaliser une étude sur les plateformes de réservation en ligne. Je vous remercie d'avoir accepté de me consacrer un peu de votre temps. Il n'y a rien de compliqué à faire. Je souhaiterais que nous parlions tout simplement de vos habitudes en ligne. Ne vous inquiétez pas, je vais pas vous demander d'improviser sur ce sujet, j'aurai juste quelques questions à vous poser pour commencer et ensuite nous allons discuter tout simplement comme vous pourrais très bien le faire avec une amie. Je tiens à vous préciser que cet entretien sera traité de manière anonyme et aucune information confidentielle ne vous seront demandée. En revanche, je vais juste enregistrer notre entretien afin de pouvoir le retranscrire plus tard puisque sinon ce serait trop compliqué de le faire maintenant. Avant de commencer, j'insiste sur le fait qu'il n'y a pas de bonnes réponses ni de mauvaises réponses. Voilà. Est-ce qu'avant de commencer, vous avez des questions ?**

Répondant G : Je n'ai pas de questions

**Étudiante : Pour commencer, pourriez-vous vous présenter ?**

Répondant G : Bonjour. Bien sûr, je m'appelle X, j'ai 44 ans et je travaille comme coiffeuse.

**Étudiante : Merci. En ce qui concerne vos loisirs, que faites-vous de votre temps libre ?**

Répondant G : J'aime passer du temps avec ma famille et mes proches. En dehors de ça, j'apprécie la lecture, les séries, le dessin, le sport et les balades.

**Étudiante : Pouvez-vous me parler de votre dernier voyage ?**

Répondant G : Bien sûr. Récemment, pendant les vacances, je suis allée en Argentine avec mon mari et mes enfants. C'était une expérience incroyable à tous les niveaux et notre plus grand voyage jusqu'à présent.

**Étudiante : Passons à la partie concernant vos habitudes en ligne. À quelle fréquence effectuez-vous des réservations dans des établissements hôteliers ?**

Répondant G : Hmm je n'en fais pas très souvent, principalement pour les vacances. En tant que famille de cinq personnes, les hôtels peuvent vite devenir chers, donc la plupart du temps, je recherche des options Airbnb.

**Étudiante : Lorsque vous devez effectuer une réservation, par quel canal réservez-vous généralement ?**

Répondant G : En général, j'appelle directement ou je réserve en ligne. Ce sont les moyens les plus rapides à mon avis.

**Étudiante : En ce qui concerne le motif de vos séjours, quels sont-ils généralement ?**

Répondant G : Mes séjours sont principalement à but récréatif. Je ne voyage pas pour le travail.

**Étudiante : Abordons maintenant l'hypothèse sur la facilité de navigation en ligne. Avez-vous remarqué que lorsque vous naviguez facilement sur un site de réservation en ligne, vous vous sentez plus encline à faire des transactions en toute confiance ?**

Répondant G : Oui, absolument. Plus la navigation est simple, plus j'ai tendance à me sentir en confiance pour effectuer des transactions.

**Étudiante : Pourriez-vous partager une expérience où une navigation simple sur une plateforme de réservation en ligne a eu un impact sur votre niveau de confiance dans le service ?**

Répondant G : Bien sûr. Quand je recherche des séjours en ligne, je préfère choisir le premier site qui apparaît. Si la plateforme répond facilement à mes critères de recherche, cela me rassure quant à la qualité du service. C'est un bon indicateur.

**Étudiante : Lorsque la navigation sur un site de réservation en ligne est difficile, avez-vous tendance à hésiter davantage avant de faire une réservation en raison d'un sentiment d'incertitude ?**

Répondant G : Oui, c'est tout à fait ça. Si la navigation est compliquée, je peux rapidement perdre patience et abandonner la recherche. Une navigation confuse engendre un sentiment d'incertitude.

**Étudiante : Est-ce que la facilité de navigation sur la plateforme en ligne influence votre sentiment de confiance lorsque vous l'utilisez pour effectuer des réservations ?**

Répondant G : En réalité, je ne pense pas que la facilité de navigation affecte directement mon sentiment de confiance. Cela rend juste le processus plus pratique et fluide.

**Étudiante : Passons à la familiarité avec une plateforme en ligne. Avez-vous remarqué que lorsque vous devenez familière avec les étapes et les fonctionnalités d'une plateforme de réservation, cela diminue votre sentiment d'incertitude et renforce votre confiance ?**

Répondant G : Oui, c'est tout à fait vrai. Je préfère souvent réserver sur une plateforme que je connais déjà. Cela rend le processus plus rapide et je me sens plus à l'aise, car j'ai déjà eu de bonnes expériences.

**Étudiante : Sur quelle plateforme en ligne avez-vous effectué le plus de réservations ?**

Répondant G : Il me semble que c'est Booking, la plateforme que j'utilise le plus fréquemment.

**Étudiante : Pensez-vous que votre connaissance et votre expérience passée avec une plateforme de réservation influencent votre niveau de confiance envers ses services ?**

Répondant G : Absolument. Quand je réserve sur une plateforme que je connais et où j'ai eu de bonnes expériences, j'ai naturellement plus confiance en sa qualité de service.

**Étudiante : Passons à la réputation. Comment avez-vous entendu parler de la plateforme de réservation en ligne que vous utilisez ?**

Répondant G : Je crois que j'ai entendu parler de la plateforme de réservation en ligne par le bouche-à-oreille, à travers des discussions avec des collègues. J'ai aussi vu des publicités à la télévision et sur internet.

**Étudiante : Est-ce que les avis ou les retours d'autres utilisateurs ont joué un rôle dans votre décision d'utiliser cette plateforme ?**

Répondant G : Oui, absolument. Je prends en compte les avis des autres utilisateurs. Cela me donne une idée de ce à quoi je peux m'attendre et cela influe sur ma confiance dans la plateforme.

**Étudiante : Dans quelle mesure la réputation de cette plateforme influence-t-elle votre niveau de confiance lorsque vous effectuez des réservations en ligne ?**

Répondant G : La réputation de la plateforme joue un rôle important dans ma confiance en elle. Si j'entends des retours positifs et que je vois que beaucoup de gens l'utilisent, cela renforce ma confiance.

**Étudiante : Parlons maintenant de la sécurité perçue et du respect de la vie privée. Vous sentez-vous en sécurité lorsque vous partagez vos informations personnelles en réservant en ligne ?**

Répondant G : Cela dépend. Si c'est une plateforme que je connais bien, je me sens plus en sécurité. Mais avec des sites moins familiers, je suis prudente, car je ne veux pas que mes informations soient mal utilisées.

**Étudiante : Pouvez-vous me donner un exemple où vous avez eu une bonne expérience en termes de sécurité lors de votre réservation en ligne ?**

Répondant G : Oui, bien sûr. Lorsque je réserve sur Booking, par exemple

**Étudiante : Merci. Pourriez-vous expliquer davantage ?**

Répondant G : Oui, bien sûr. Quand je réserve sur Booking, je me sens en sécurité pour deux raisons principales. D'abord, parce que je sais que mon paiement est sécurisé et que mes informations ne seront pas compromises. Ensuite, le fait que je puisse choisir de payer à l'arrivée à l'hôtel plutôt que de payer en ligne me donne un sentiment de contrôle. Cela me rassure car je ne risque pas d'avoir des problèmes avec ma carte de crédit.

**Étudiante : Est-ce que les règles de confidentialité et la protection des données sont importantes pour vous lorsque vous utilisez cette plateforme ?**

Répondant G : Absolument. La confidentialité de mes données personnelles est primordiale. Je veux m'assurer que mes informations ne seront pas utilisées à des fins non autorisées.

**Étudiante : Merci pour vos réponses détaillées. Avez-vous quelque chose à ajouter en lien avec les questions que nous avons abordées ?**

Répondant G : Hmm non c'est bon pour moi.

**Étudiante : Merci beaucoup, pour votre participation précieuse à cette interview.**

Répondant G : C'était un plaisir de participer.

## **Annexe N : Entretien exploratoire n°8**

Le 10/07/2023

**Étudiante : Bonjour, je me présente, je m'appelle Fanny et dans le cadre de ma formation, je vais réaliser une étude sur les plateformes de réservation en ligne. Je vous remercie d'avoir accepté de me consacrer un peu de votre temps. Il n'y a rien de compliqué à faire. Je souhaiterais que nous parlions tout simplement de vos habitudes en ligne. Ne vous inquiétez pas, je vais pas vous demander d'improviser sur ce sujet, j'aurai juste quelques questions à vous poser pour commencer et ensuite nous allons discuter tout simplement comme vous pourrais très bien le faire avec une amie. Je tiens à vous préciser que cet entretien sera traité de manière anonyme et aucune information confidentielle ne vous seront demandée. En revanche, je vais juste enregistrer notre entretien afin de pouvoir le retranscrire plus tard puisque sinon ce serait trop compliqué de le faire maintenant. Avant de commencer, j'insiste sur le fait qu'il n'y a pas de bonnes réponses ni de mauvaises réponses. Voilà. Est-ce qu'avant de commencer, vous avez des questions ?**

Répondant H : Non

**Étudiante : Bonjour X, merci beaucoup d'avoir accepté de participer à cet entretien pour mon étude sur les habitudes de réservation en ligne. Pour commencer, pourriez-vous vous présenter ?**

Répondant H : Bonjour. Pas de souci. Alors, moi c'est X, j'ai 51 ans et je suis chauffeur routier.

**Étudiante : Merci,. En ce qui concerne vos loisirs, que faites-vous de votre temps libre ?**

Répondant H : Eh bien, pendant mon temps libre, j'aime jouer de la musique, faire du sport et cuisiner.

**Étudiante : C'est intéressant. Pourriez-vous me parler de votre dernier voyage ?**

Répondant H : Bien sûr. Mon dernier voyage remonte à Février, quand j'ai visité Rio de Janeiro au Brésil avec ma femme.

**Étudiante : Passons à la partie concernant vos habitudes en ligne. À quelle fréquence effectuez-vous des réservations dans des établissements hôteliers ?**

Répondant H : En fait, je fais des réservations d'hôtel une ou deux fois par semaine, principalement en lien avec mon travail de chauffeur routier.

**Étudiante : Lorsque vous devez effectuer une réservation, par quel canal réservez-vous généralement ?**

Répondant H : Généralement, je réserve soit sur le site Booking.com, soit en me rendant directement à l'hôtel.

**Étudiante : En général, quels sont les motifs de vos séjours dans les hôtels ?**

Répondant H : La plupart du temps, je séjourne à l'hôtel dans le cadre de mon travail en tant que chauffeur routier.

**Étudiante : Abordons maintenant la facilité de navigation en ligne. Avez-vous remarqué que lorsque vous naviguez facilement sur un site de réservation en ligne, vous vous sentez plus enclin à faire des transactions en toute confiance ?**

Répondant H : Eh bien, oui, je dirais que si un site est simple à utiliser et que je trouve rapidement les informations dont j'ai besoin, cela me donne plus de confiance pour effectuer ma réservation.

**Étudiante : Pourriez-vous partager une expérience où une navigation simple sur une plateforme de réservation en ligne a eu un impact sur votre niveau de confiance dans le service ?**

Répondant H : Oh, sûrement. Une fois, j'ai utilisé Hôtel.com. Les informations étaient bien organisées, avec des photos claires de l'hôtel et des détails faciles à trouver. Cela m'a donné confiance pour réserver immédiatement.

**Étudiante : Lorsque la navigation sur un site de réservation en ligne est difficile, avez-vous tendance à hésiter davantage avant de faire une réservation en raison d'un sentiment d'incertitude ?**

Répondant H : Oui, tout à fait. Si je trouve le site compliqué à utiliser et que je ne peux pas facilement trouver les informations que je recherche, je peux devenir hésitant. Je veux être sûr de ce que je réserve.

**Étudiante : Est-ce que la facilité de navigation sur la plateforme en ligne influence votre sentiment de confiance lorsque vous l'utilisez pour effectuer des réservations ?**

Répondant H : Je dirais que oui, dans une certaine mesure. Une navigation facile rend le processus plus confortable et me donne l'impression que le site est professionnel et fiable.

**Étudiante : Passons à la familiarité avec une plateforme en ligne. Avez-vous remarqué que lorsque vous devenez familier avec les étapes et les fonctionnalités d'une plateforme de réservation, cela diminue votre sentiment d'incertitude et renforce votre confiance ?**

Répondant H : Tout à fait. Un bon exemple serait Booking.com. Comme je l'utilise régulièrement, je connais bien ses fonctionnalités et je sais à quoi m'attendre. Cela me donne confiance et accroît ma familiarité avec le processus.

**Étudiante : Sur quelle plateforme en ligne avez-vous effectué le plus de réservations ?**

Répondant H : Pour moi, c'est Booking.com. Je suis familier avec leur système et cela m'aide à réserver rapidement et en toute confiance.

**Étudiante : Pensez-vous que votre connaissance et votre expérience passée avec une plateforme de réservation influencent votre niveau de confiance envers ses services ?**

Répondant H : Oh, absolument. C'est comme quand vous allez dans le même restaurant plusieurs fois. Si vous savez que la qualité est constante, vous avez tendance à avoir confiance. C'est pareil avec une plateforme de réservation.

**Étudiante : Passons à la réputation du marchand. Comment avez-vous entendu parler de la plateforme de réservation en ligne que vous utilisez ?**

Répondant H : J'ai d'abord entendu parler de Booking.com par le bouche-à-oreille, puis j'ai vu des publicités à la télévision. C'est devenu l'une des plateformes les plus connues pour moi.

**Étudiante : Est-ce que les avis ou les retours d'autres utilisateurs ont joué un rôle dans votre décision d'utiliser cette plateforme ?**

Répondant H : Certainement. Avant de réserver, je regarde souvent les avis d'autres utilisateurs. Cela me donne une idée de ce à quoi m'attendre et si d'autres personnes ont eu des expériences positives avec cette plateforme.

**Étudiante : Dans quelle mesure la réputation de cette plateforme influence-t-elle votre niveau de confiance lorsque vous effectuez des réservations en ligne ?**

Répondant H : Eh bien, quand je sais que beaucoup de gens utilisent la même plateforme et qu'elle a une bonne réputation, cela renforce ma confiance. Cela signifie que je ne suis pas le seul à faire confiance à cette plateforme.

**Étudiante : Concernant la sécurité perçue et le respect de la vie privée. Vous sentez-vous en sécurité lorsque vous partagez vos informations personnelles en réservant en ligne ?**

Répondant H : Cela dépend du site. Si c'est une plateforme que je connais et en laquelle j'ai confiance, je me sens généralement en sécurité. Mais il y a toujours cette petite inquiétude au fond de moi, sachant que mes informations pourraient être utilisées de manière indésirable.

**Étudiante : Pouvez-vous me donner un exemple où vous avez eu une bonne expérience en termes de sécurité lors de votre réservation en ligne ?**

Répondant H : Eh bien, sur Booking.com, après avoir réservé, ma banque vérifie souvent la transaction avec le site pour s'assurer que tout est en ordre. Cela me donne un sentiment de sécurité supplémentaire.

**Étudiante : Est-ce que les règles de confidentialité et la protection des données sont importantes pour vous lorsque vous utilisez cette plateforme ?**

Répondant H : Absolument. Je tiens à ce que mes données restent privées et à l'abri des abus. Si un site ne peut pas garantir cela, je ne me sentirais pas à l'aise de l'utiliser.

**Étudiante : Pour conclure, , avez-vous d'autres éléments à ajouter en lien avec les questions que nous avons abordées ?**

Répondant H : Non, merci.

**Étudiante : Je vous remercie beaucoup,. Vos réponses sont très utiles pour ma recherche. Je vous souhaite de belles expériences de voyage et une excellente journée.**

Répondant H : Merci à vous. Bonnes recherches et à bientôt !

## **Les déterminants de choix en ligne : application aux plateformes de réservation en ligne**

Cette étude examine les déterminants clés influençant les choix des consommateurs sur les plateformes de réservation en ligne, en se concentrant particulièrement sur le rôle crucial de la confiance. Dans le contexte moderne, où les plateformes de réservation sont devenues omniprésentes, comprendre les facteurs qui guident les choix des consommateurs revêt une importance cruciale pour l'industrie de l'hôtellerie et au-delà.

Pour répondre à cette problématique, l'étude se penche sur les différents éléments qui contribuent à instaurer ou à entraver la confiance des utilisateurs sur ces plateformes.

Les résultats obtenus à travers une analyse approfondie des données mettent en évidence plusieurs facteurs clés qui influencent la confiance des utilisateurs. Parmi ceux-ci, la réputation de la plateforme, la sécurité des données personnelles, L'expérience utilisateur joue également un rôle et enfin, la familiarité avec la plate-forme a été mise en avant comme un facteur positif. Cette étude souligne l'importance cruciale de la confiance comme un déterminant majeur du choix des consommateurs sur les plateformes de réservation en ligne dans le secteur de l'hôtellerie.

## **Online Choice Determinants: Application to Online Travel Agency**

This study examines the key determinants influencing consumer choices on Online Travel Agencies (OTAs), with a particular focus on the pivotal role of trust. In the modern context where OTAs have become ubiquitous, understanding the factors guiding consumer choices holds crucial significance for the hospitality industry and beyond.

To address this issue, the study delves into the various elements that contribute to establishing or hindering user trust on these OTAs. The results obtained through an in-depth data analysis highlight several key factors that influence user trust. Among these, OTA reputation, security of personal data, user experience, and the positive impact of OTA familiarity have been emphasized. This study underscores the critical importance of trust as a major determinant in consumer choices on OTAs within the hospitality sector.