

Tradedoublerstudie visar att 62 procent av semesterresenärerna sätter ihop resan själv

En av fem bokar dessutom semesterresan via mobilen

Stockholm, 14 augusti 2013 - Mer än hälften av dagens resenärer väljer bort den traditionella resebyrå och paketresor, de syr istället ihop semesterpaketet på egen hand online, bland annat via olika prisjämförelsesajter. Resenärerna tar också kontroll över researchfasen där de på egen hand letar upp destinationer, flyg och hotell via prestationsbaserade marknadsföringskanaler, som till exempel Hotels.com och Expedia.

Siffrorna är hämtade från undersökningen [Prestationsmarknadsföring: Resenären och köpprocessen](#) som Fox Insights gjort bland 2 500 smartphoneanvändare som handlar online minst en gång i månaden. Studien utfördes i Sverige, Tyskland, Frankrike, Storbritannien, Nederländerna, Spanien, Polen och Italien. Dessa länder står för 89 procent av Europas totala e-handel.

Av dem som varit semesterlediga under de senaste två åren har 62 procent valt att sy ihop sitt semesterpaket på egen hand, med hotell och flyg bokade separat. Det är betydligt fler än de som valde one-stop alternativ som paketresor (41 procent) eller all-inclusive resor (20 procent).

Undersökningen visar även hur användningen av prestationsbaserade marknadsföringskanaler har ökat, som till exempel sajter och appar för prisjämförelser, rabattkoder, lojalitets- och klubbmedlemskap samt voucherkoder. Mer än hälften av de tillfrågade använder dessa kanaler för att hitta bäst pris; 57 procent när de bokar hotell, 53 procent när de bokar flyg och 59 procent när de bokar semesterpaket.

Under researchfasen använder 44 procent av resenärerna prestationsbaserade marknadsföringskanaler för att hitta det bästa priset. Det är nästan lika många som de som letar inspiration till nästa resmål via nätbaserade resebyråer (50 procent).

När det gäller flyg anger 71 procent av resenärerna att de alltid använder sig av prestationsbaserade marknadsföringskanaler för att säkerställa att de får bästa möjliga pris. Endast 38 procent anger att de är trogna ett särskilt bonusprogram knutet till ett särskilt flygbolag.

”Resenärer har idag obegränsat mycket information att ta del av när de ska boka semesterresan. Smarta telefoner och surfplattor gör att de enkelt kan ta del av olika erbjudanden via prestationsbaserade marknadsföringskanaler och göra research närsomhelst, oavsett om det är på bussen, på jobbet eller i soffan hemma, säger Magnus Nyström, CTO, på Tradedoubler.

”Vi ser att en av fem resenärer bokar sin semester- eller weekendresa via mobilen, en siffra som ökat med 28 procent bland 25-34 åringar. Flygbolag, hotell och resebyråer som inte finns på plats i prestationsbaserade marknadsföringskanaler löper därmed stor risk att



tappa försäljning. Resebranschen förändras och det går snabbt, om man vill vara med och slåss om kunderna gäller det att hoppa på tåget i tid”, fortsätter Magnus Nyström.

Varje år spenderas cirka 98,1 miljarder euro på resebokningar online i Europa vilket gör det till den största sektorn inom e-handeln. Prognoser uppskattar att denna siffra kommer växa med 7 procent per år vilket innebär att den 2014 ligger på 112,2 miljarder euro. 41 procent av alla resebokningar görs idag online, en siffra som beräknas stiga till 44 procent år 2014.

Läs hela undersökningen på www.tradedoubler.com/se/performance-travel

För mer information kontakta:

Björn Mogensen
Oxenstierna & Partners
Tel: 0708-184298
bjorn.mogensen@oxp.se

Tradedoubler är internationellt ledande inom prestationsbaserad digital marknadsföring och teknologi. Företaget grundades i Sverige 1999 som en pionjär inom affiliate-marknadsföring i Europa. Internationell strategisk förståelse kombinerat med djupgående lokalkännedom gör Tradedoubler till det mest framgångsrika paneuropeiska företaget inom prestationsbaserad marknadsföring än idag. Tradedoubler hjälper cirka 2 000 annonsörer att nå sina affärs mål genom ett högkvalitativt nätverk med cirka 140 000 publishers. Koncernen var först att erbjuda integrerade lösningar för e- och m-handel så att annonsörer kan vidga sina onlineprogram till mobila enheter.

Tradedoubler eftersträvar nära samarbeten med sina kunder för att öka deras försäljning och hjälpa dem till nationell och internationell framgång. Bland Tradedoublers annonsörer finns American Express, ClubMed, Dell, Disney, Expedia och CDON. Aktien noteras på Nasdaq OMX. Mer information finns på www.tradedoubler.com

