

Voyage d'affaires en Turquie

OCTOBRE 2018 | DESTINATION AFFAIRE

Voici un aperçu global de ce qui rend la Turquie si différente des autres marchés, dans le secteur du Voyage d'affaires.

Autrement appelée « paradis sur terre »... en plus d'être entourée des trois côtés par la mer, la Turquie est un pays riche par sa nature et par sa culture. Elle détient l'une des 7 Merveilles du Monde « Le Temple d'Artemis » et a été le berceau de nombreuses civilisations depuis la préhistoire.

De par sa population, la Turquie est le second plus grand pays d'Europe après l'Allemagne. Elle est aussi stratégiquement située au carrefour entre la Méditerranée, les Balkans, le Moyen Orient et l'Extrême Orient.

Le marché du Voyage d'affaires turc repose à la fois sur un aspect compétitif et conservateur, où les relations et le réseau sont les moteurs dans les relations professionnelles. De plus, la digitalisation et la technologie représentent d'importants aspects influençant beaucoup le marché du travail, jour après jour.

La main d'œuvre est assez bon marché comparée à d'autres pays européens, mais les clients sont extrêmement sensibles au prix, ce qui complexifie le travail des TMC à donner un très bon niveau de service avec peu de frais de services et de marge.

Cet attrait au prix et la baisse de la demande pour un service personnalisé obligent les clients et les agences de voyages à utiliser de plus en plus, les technologies online.

Excepté cela, le marché du voyage turc est toujours friand de demandes en last minutes et de plan de secours en raison des tourmentes économiques.

Chiffres clés du marché :

- **L'industrie et les services représentent plus de 80% du PIB. Ces deux secteurs emploient plus de deux tiers des salariés**
- **Le nouvel aéroport New Istanbul Airport est le plus grand aéroport d'Europe**
- **La compagnie nationale turque Turkich Airlines a transporté en 2018 plus de 75 millions de passagers sur ses 332 appareils contre 69 millions de passagers et 329 appareils en 2017, un record absolu.**
- **Le pourcentage de bleisure en Turquie est d'environ 37%**

Quels sont les caractéristiques des acheteurs et du marché Turc?

Qui sont les acheteurs?

Majoritairement, les acheteurs sont issus d'entreprises locales et multinationales.

"Travailler dur et sans limite" est la clé pour faire face à la rude compétition et les acheteurs demandent toujours le meilleur service au meilleur prix.



Quel est leur mode de réservation ?

La Turquie est au stade primaire des réservations online. Sur le secteur du voyage d'affaires, presque 10% des réservations viennent du canal online. On remarque une augmentation de la demande pour les outils de réservation en ligne mais la plupart des ventes se font encore en Online.



Qu'est-ce qui différencie un voyageur d'affaires turc d'un autre voyageur d'affaires ?

Pour un voyageur d'affaires turc, le critère du prix est aussi important que le confort. Ils sont friands de nouvelles opportunités à saisir, font souvent des demandes en dernière minute et sont soucieux du détail. Traditions et confiance sont les clés pour le choix d'un fournisseur, sans oublier bien sûr, les avantages qu'offre le programme de fidélité Turkish Airlines.

Les voyageurs d'affaires turcs aiment combiner affaires & loisirs, en ajoutant 1ou 2 jours à leur déplacements professionnels dans le but d'obtenir de meilleurs tarifs.

A quels challenges spécifiques du marché turc, les acheteurs ou voyageurs doivent faire face ? Parce que sa situation géopolitique est particulièrement instable, la sécurité des voyageurs d'affaires reste un enjeu majeur pour le pays. Les attaques terroristes, les tremblements de terre et les crises économiques passés n'ont pas aidé à améliorer les choses. Les turques savent qu'ils doivent faire leurs preuves et rester stable, se préparer à la tourmente pour défier de nouveaux challenges.

Quels sont les expériences propres au marché turc ?

Pour les turques, l'accueil et le service priment. Le retour sur investissement compte bien sûr, mais les turques priorisent d'abord le client. Les turcs ne savent pas dire «non» à un client et s'efforcent d'être toujours disponible dans le but de proposer une expérience inoubliable.

Lors d'une consolidation régionale ou internationale pour un client, de quelle manière s'intègre la Turquie et quels défis les responsables voyages ou l'équipe achats doivent-ils connaître?

Le marché du voyage turc tient une approche assez flexible et une politique du «client d'abord». C'est pourquoi la Turquie restera toujours un partenaire indispensable dans un processus de consolidation. Le principal défi des chargés de voyages d'affaires est de rester informés des caractéristiques culturelles du pays, ce qui a un impact sur les attentes des clients.

Pour la Turquie, comme pour la plupart des marchés, la tarification, les SLA sont importants, mais l'approche relationnelle passe avant tout et peut souvent être aussi importante que la tarification.

Sensibilité et flexibilité sont les mots clés pour un business modèle réussi!