

Grille d'analyse

1. Analyse du sujet

| | | |
|-------------------------------------|---|------------------------------------|
| 1.1. Age\ génération | 1.1.1. senior Né avant 1945 | |
| | 1.1.2. baby boomers (jeune) Né entre 1956 et 1966 | |
| | 1.1.3. baby-boomers (vieux) Né entre 1945 et 1955 | |
| | 1.1.4génération x Né entre 1967 et 1978 | |
| | 1.1.5 génération y Né ente 1979 et 1990 | |
| 1.2. Habileté informatique | 1.2.1 élevé | |
| | 1.2.2 moyen | |
| | 1.2.3 faible | |
| 1.3Fréquence de voyage par année | 1.3.1 1 | |
| | 1.3.2 2 | |
| | 1.3.3 3 et plus | |
| 1.4 comportement Web | 1.4.1. Activités pratiquées sur Internet | 1.4.1.1 courriels |
| | | 1.4.1.2 Médias sociaux |
| | | 1.4.1.3 achats |
| | | 1.4.1.4 magasinage |
| | | 1.4.1.5 Planification de voyage |

| | | |
|---|---|--|
| | | 1.4.1.6 lire les actualités |
| | | 1.4.1.7 regarder photo et vidéo |
| | 1.4.2 Intérêt face aux médias sociaux | 1.4.2.1 faible |
| | | 1.4.2.2 moyen |
| | | 1.4.2.3 élevé |
| | 1.4.3 Utilisation des médias sociaux | 1.4.3.1 Publication de photos |
| | | 1.4.3.2 Publication commentaires positif |
| | | 1.4.3.3 Publication de commentaires négatifs |
| | | 1.4.3.4 Consulte à titre de référence |
| | 1.4.4 Habitude de planification de voyage | 1.4.4.1 Recherche d'information |
| 1.4.4.2 Réservation de produits de voyage | | |

2. Analyse des sites touristiques

| | | | |
|--|------------------------------|------------------------|---------------------|
| 2.1 Influence de l'ergonomie sur les sites | 2.1.1 Disposition de la page | 2.1.1.1 Affect positif | 2.1.1.1.1 Facile |
| | | | 2.1.1.1.2 Simple |
| | | | 2.1.1.1.3 Rapide |
| | | | 2.1.1.1.4 Naturel |
| | | | 2.1.1.1.5 Beau |
| | | 2.1.1.2 Affect négatif | 2.1.1.2.1 Difficile |

| | | | |
|--|---------------------------------|------------------------|------------------------------|
| | | | |
| | | | 2.1.1.2.2 Incompréhension |
| | | | 2.1.1.2.3 Perdu |
| | | | 2.1.1.2.4 Réfractaire |
| | | | 2.1.1.2.5 laid |
| | 2.1.2 facilité de navigation | 2.1.2.1 Affect positif | 2.1.2.1.1 Facile |
| | | | 2.1.2.1.2 Simple |
| | | | 2.1.2.1.3 Rapide |
| | | | 2.1.2.1.4 Naturel |
| | | | 2.1.2.1.5 Beau |
| | | 2.1.2.2 Affect négatif | 2.1.2.2.1 Difficile |
| | | | 2.1.2.2.2 Incompréhension |
| | | | 2.1.2.2.3 Perdu |
| | | | 2.1.2.2.4 Réfractaire |
| | | | 2.1.2.2.5 laid |
| | 2.1.3 Actions intuitives posées | 2.1.3.1 Affect positif | 2.1.3.1.1 Facile |
| | | | 2.1.3.1.2 Simple |
| | | | 2.1.3.1.3 Rapide |
| | | | 2.1.3.1.4 Naturel |
| | | | 2.1.3.1.5 Beau |
| | | 2.1.3.2 Affect négatif | 2.1.3.2.1 Difficile |
| | | | 2.1.3.2.2 Incompréhension |

| | | | |
|--------------------------|---|-------------------------|-----------------------|
| | | | 2.1.3.2.3 Perdu |
| | | | 2.1.3.2.4 Réfractaire |
| | | | 2.1.3.2.5 laid |
| 2.2 perception des sites | 2.2.1 émotions associées aux contenus visuels des sites | 2.2.1.1 bonjour Québec | 2.2.1.1 joie |
| | | | 2.2.1.2 nostalgie |
| | | | 2.2.1.3 sécurité |
| | | | 2.2.1.4 angoisse |
| | | | 2.2.1.5 autonomie |
| | | | 2.2.1.6 excitation |
| | | 2.2.1.2 Québec vacances | 2.2.1.1 joie |
| | | | 2.2.1.2 nostalgie |
| | | | 2.2.1.3 sécurité |
| | | | 2.2.1.4 angoisse |
| | | | 2.2.1.5 autonomie |
| | | | 2.2.1.6 excitation |
| | | 2.2.1.3 Québec région | 2.2.1.1 joie |
| | | | 2.2.1.2 nostalgie |
| | | | 2.2.1.3 sécurité |
| | | | 2.2.1.4 angoisse |
| | | | 2.2.1.5 autonomie |
| | | | 2.2.1.6 excitation |
| | | 2.2.1.4 Québec-tourisme | 2.2.1.1 joie |
| | | | 2.2.1.2 nostalgie |

| | | | |
|---|-------------------------|-----------|----------------------------|
| | | | |
| | | | 2.2.1.3 Sécurité |
| | | | 2.2.1.4 Angoisse |
| | | | 2.2.1.5 Autonomie |
| | | | 2.2.1.6 Excitation |
| 2.2.2 influence de l'information textuelle contenue sur les sites | 2.2.2.1 Bonjour Québec | 2.2.2.1.1 | faible |
| | | 2.2.2.1.2 | moyen |
| | | 2.2.2.1.3 | élevé |
| | 2.2.2.2 Québec vacances | 2.2.2.2.1 | faible |
| | | 2.2.2.2.2 | moyen |
| | | 2.2.2.2.3 | élevé |
| | 2.2.2.3 Québec région | 2.2.2.3.1 | faible |
| | | 2.2.2.3.2 | moyen |
| | | 2.2.2.3.3 | élevé |
| | 2.2.2.4 Québec tourisme | 2.2.2.4.1 | faible |
| | | 2.2.2.4.2 | moyen |
| | | 2.2.2.4.3 | élevé |
| 2.2.3 Interprétation des objectifs des sites | 2.2.3.1 Bonjour Québec | 2.2.3.1.1 | découverte |
| | | 2.2.3.1.2 | planification |
| | | 2.2.3.1.3 | informatif |
| | | 2.2.3.1.4 | réservations d'hébergement |
| | | 2.2.3.1.5 | forfaits |
| | 2.2.3.2 Québec vacances | 2.2.3.2.1 | découverte |

| | | | |
|--|------------------------------|-------------------------|--|
| | | | 2.2.3.2.2 planification |
| | | | 2.2.3.2.3 informatif |
| | | | 2.2.3.2.4 réservations d'hébergement |
| | | | 2.2.3.2.5 présentations et de forfaits |
| | | 2.2.3.3 québec region | 2.2.2.3.1 découverte |
| | | | 2.2.2.3.2 planification |
| | | | 2.4.2.3.3 informatif |
| | | | 2.4.2.3.4 réservations d'hébergement |
| | | | 2.4.2.3.5 présentations et de forfaits |
| | | 2.2.3.4 Québec-tourisme | 2.4.2.4.1 découverte |
| | | | 2.4.2.4.2 planification |
| | | | 2.4.2.4.3 informatif |
| | | | 2.4.2.4.4 réservations d'hébergement |
| | | | 2.4.2.4.5 présentations et de forfaits |
| | 2.4.4 Adapté à la génération | 2.2.4.1 bonjourquébec | 2.4.4.1.1 seniors (nés avant 1945) |
| | | | 2.4.4.1.2 baby boomers (1945-1966) |
| | | | 2.4.4.1.3 générations X (1967-1978) |

| | | | |
|-------------------|---------------------|---|-------------------------------------|
| | | | 2.4.4.1.4 génération Y (1979-1990) |
| | | 2.2.4.2 Québec vacances | 2.4.4.2.1 seniors (nés avant 1945) |
| | | | 2.4.4.2.2 baby boomers (1945-1966) |
| | | | 2.4.4.2.3 générations X (1967-1978) |
| | | | 2.4.4.2.4 génération Y (1979-1990) |
| | | 2.2.4.3 Québec région | 2.4.4.3.1 seniors (nés avant 1945) |
| | | | 2.4.4.3.2 baby boomers (1945-1966) |
| | | | 2.4.4.3.3 générations X (1967-1978) |
| | | | 2.4.4.3.4 génération Y (1979-1990) |
| | | 2.2.4.4 Québec tourisme | 2.4.4.4.1 seniors (nés avant 1945) |
| | | | 2.4.4.4.2 baby boomers (1945-1966) |
| | | | 2.4.4.4.3 générations X (1967-1978) |
| | | | 2.4.4.4.4 génération Y (1979-1990) |
| 2.3 Choix du site | 2.3.1 bonjourquébec | 2.3.1.1 Facilité de navigation\ ergonomie | |
| | | 2.3.1.2 Disposition des | |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | onglets\ visuel attirant | |
| | | 2.3.1.3 Qualité des images | |
| | | 2.3.1.4 Texte et slogan | |
| | 2.3.2 Québec vacances | 2.3.2.1 Facilité de navigation\ ergonomie | |
| | | 2.3.2.2 Disposition des onglets\ visuel attirant | |
| | | 2.3.2.3 Qualité des images | |
| | | 2.3.2.4 Texte et slogan | |
| | 2.3.3 Québec région | 2.3.3.1 Facilité de navigation\ ergonomie | |
| | | 2.3.3.2 Disposition des onglets\ visuel attirant | |
| | | 2.3.3.3 Qualité des images | |
| | | 2.3.3.4 Texte et slogan | |
| | 2.3.4 Québec-tourisme | 2.3.4.1 Facilité de navigation\ ergonomie | |
| | | 2.3.4.2 Disposition des onglets\ visuel attirant | |
| | | 2.3.4.3 Qualité des images | |
| | | 2.3.4.3 Texte et slogan | |
| 2.4 Analyse des attitudes du répondant sur le site bonjourquébec | 2.4.1 Évaluation des éléments influençant la satisfaction des répondants | 2.4.1.1 éléments non-satisfaisants | |
| | | 2.4.1.2 éléments satisfaisants | |

| | | | |
|-----------------------------------|--|-------------------------------------|---------------------------------|
| | | | |
| | | 2.4.1.3 éléments très satisfaisants | |
| | 2.4.3 Motivation | 2.4.3.1 Poursuite des activités | |
| | | 2.4.3.2 Abandon des activités | |
| | 2.4.4 Émotions ressenties lors de la planification | 2.4.4.1 Gradation du comportement | 2.4.4.1.1 aisance |
| | | | 2.4.4.1.2 neutre |
| | | | 2.4.4.1.3 inconfort |
| | | | 2.4.4.1.4 stress |
| | 2.4.5 Émotions ressenties lors de la réservation | 2.4.5.1 Gradation du comportement | 2.4.5.1.1 aisance |
| | | | 2.4.5.1.2 neutre |
| | | | 2.4.5.1.3 inconfort |
| | | | 2.4.5.1.4 stress |
| | 2.4.6 Influence individuelle | 2.4.6.1 freins et motivateurs | 2.4.6.1.1 coût |
| | | | 2.4.6.1.2 temps |
| | | | 2.4.6.1.3 connaissance |
| | | | 2.4.6.1.4 Indication\ ergonomie |
| | 2.4.7 impression face au site gouvernemental | 2.4.7.1 Émotions et sentiments | |
| | | 2.4.7.2 Source de l'information | |
| 2.5 exigences par rapport au site | 2.5.1 Attentes | 2.5.1.1 Fonctionnelles | |
| | | 2.5.1.2 Temporelles | |
| | | 2.5.1.3 Informationnelles | |

| | | | |
|--|--|------------------------|--|
| | | 2.5.1.4 Relationnelles | |
| | | 2.5.1.5 Symbolique | |
| | | 2.5.1.6 Imaginaires | |
| | | 2.5.1.7 sensorielles | |
| | | 2.5.1.8 financières | |
| | | 2.5.1.9 sociétales | |
| | | 2.5.1.10 esthétiques | |

La grille d'analyse comporte 2 aspects: l'analyse du sujet et l'analyse des sites.

6.4.1 L'analyse du sujet

L'analyse du sujet comporte l'âge, le genre, la fréquence de voyages par année, les habilités informatiques et les comportements web.

-habileté informatique élevé (1.2.1)

L'habileté informatique élevée est caractérisée par un usage d'Internet un minimum d'une fois par jour.

-habileté informatique moyen (1.2.2)

L'habileté informatique moyenne est caractérisée par un usage d'Internet de 3 à 6 fois par semaine.

-habileté informatique faible (1.2.3)

L'habileté informatique faible est caractérisée par un usage d'Internet de moins de 3 fois par semaine.

Activités pratiquées sur Internet (1.4.1)

Les activités sont divisées en 7 sous points: courriel, médias sociaux, achat, magasinage, planification de voyage, lire les actualités et regarder des photos et vidéo. Cette catégorie fait référence aux habitudes pratiquées par le répondant. Par exemple: J'utilise Internet pour communiquer avec mon amie dans le nord du Québec.

Intérêt face aux médias sociaux 1.4.2

Cette catégorie permet de déterminer l'intérêt des répondants face à l'utilisation des médias sociaux, tripadvisor, facebook, dans leur planification de voyage, afin de faire ressortir la pertinence d'une telle page pour un organisme touristique.

Intérêt faible 1.4.2.1

Cette catégorie fait référence à un intérêt faible, voir absent face aux médias sociaux. Le répondant est souvent craintif. Par exemple: les médias sociaux sont biaisés, je ne consulte jamais ce type de site.

Intérêt moyen 1.4.2.2

Cette catégorie fait référence à un intérêt neutre, ni craintif, ni confiant. Par exemple: J'y réfère des fois, mais j'ai l'impression que ça ne me met pas toujours sur la bonne piste. J'utilise avec parcimonie.

Intérêt élevé 1.4.2.3

Cette catégorie fait référence à une grande confiance et un usage fréquent des médias sociaux lors de diverses planifications de voyage. Par exemple: J'ai utilisé quand je suis partie en Europe. J'aime bien les commentaires des voyageurs, ça l'aide quand tu ne connais pas l'endroit.

Utilisation des médias sociaux 1.4.3

Cette catégorie fait référence aux activités pratiquées sur les médias sociaux, exemple Trip advisor, ou page Facebook d'une destination, par les répondants y ayant un intérêt de moyen à élevé.

On y trouve 4 types d'activités: *publication de photos* (1.4.3.1), *publication de commentaires positifs* (1.4.3.2), *publication de commentaires négatifs* (1.4.3.3), *consultation à titre de référence* (1.4.3.4).

Habitude de planification de voyage sur Internet 1.4.4

Cette catégorie fait référence aux activités pratiquées sur Internet dans un contexte de planification de voyage. On trouve deux activités principales: la recherche d'information et la réservation de produits de voyage

Recherche d'information 1.4.4.1

Cette catégorie fait référence aux motivations des répondants à faire usage d'internet pour la recherche d'information touristique. Par exemple: J'aime mieux magasiner mes croisières avec Internet, j'ai beaucoup plus de choix.

Réservation de produits de voyage 1.4.4.2

Cette catégorie fait référence aux facteurs encourageant ou dissuadant le répondant à réserver sur Internet. Par exemple: Je réserve sur Internet par ce qu'il y a une traçabilité, la simplicité, la façon la plus rapide de procéder, si jamais tu oublies toi-même ce que tu as réservé, tu gardes une preuve grâce à Internet.

6.4.2 Analyse des sites touristiques

Cette catégorie fait référence aux impressions générales des répondants devant différents sites touristiques québécois.

Influence de l'ergonomie 2.1

Cette catégorie fait référence aux impressions face à la disposition des onglets et différentes informations sur le site.

Disposition de la page 2.1.1

Cette catégorie fait référence à l'impression de la page en fonction de son apparence générale. Par exemple: Je trouve la page trop chargée, il y a beaucoup trop de texte, je ne sais pas où regarder.

Facilité de navigation 2.1.2

Cette catégorie fait référence à la facilité avec laquelle les répondants ont effectué une tâche simple et les obstacles qu'ils ont parcourus. Par exemple: Je ne sais pas quoi écrire dans la case: nom de la ville, il n'y a pas de suggestion de nom de ville. Je suis bloquée.

Actions intuitives posées 2.1.3

Cette catégorie fait référence aux actions posées par le répondant de façon spontanée. Par exemple, lors d'un exercice où le répondant devait réserver un hébergement: Je vais dans forfait car je crois avoir de meilleures offres.

Affect positif 2.1.1.1

Cette catégorie fait référence aux commentaires positifs des répondants à l'égard des 4 sites touristiques visités, soit bonjourquebec, Québec vacances, office du tourisme de Québec et Québec tourisme.

Facile 2.1.1.1.1

Cette catégorie fait référence à l'aisance avec laquelle le répondant se situe sur les différents sites. Par exemple : J'ai trouvé le parcours très facile je suis habitué avec Internet je travaille souvent avec l'ordinateur.

Simple 2.1.1.1.2

Cette catégorie fait référence à la simplification qu'apportent certains aspects des sites pour les répondants. Par exemple : J'aime que ça soit divisé en région.

Rapide 2.1.1.1.3

Cette catégorie fait référence à la rapidité avec laquelle le répondant a pu trouver ce dont il cherchait. Par exemple : Il y a peu d'étape pour effectuer la réservation, c'est plus rapide que le site précédent.

Naturel 2.1.1.1.4

Cette catégorie fait référence à l'ensemble du site et l'impression qu'il dégage pour le répondant. Par exemple : Le site est très clair pour quelqu'un qui n'utilise pas Internet.

Beau 2.1.1.1.5

Cette catégorie fait référence aux mentions spécifiques à la beauté du site. Par exemple : J'aime beaucoup les images de marguerites.

Affect négatif 2.1.1.2

Cette catégorie fait référence aux commentaires négatifs des répondants à l'égard des 4 sites visités

Difficile 2.1.1.2.1

Cette catégorie fait référence aux éléments ayant causé des difficultés au répondant pour accomplir la tâche demandée. Par exemple : J'ai de la difficulté à cliquer sur

l'onglet, les mots partent aussitôt que je vais dessus. (Faisant référence à la bande déroulante)

Incompréhension 2.1.1.2.2

Cette catégorie fait référence à l'incompréhension de certaines informations sur un site. Par exemple : Je ne comprends pas comment fonctionne l'onglet rechercher, je crois que j'appellerais, c'est beaucoup plus simple.

Perdu 2.1.1.2.3

Cette catégorie fait référence aux erreurs de parcours laissant le répondant dans une impasse. Par exemple : J'ai cliqué sur le mauvais onglet et je ne suis pas capable de revenir en arrière.

Réfractaire 2.1.1.2.4

Cette catégorie fait référence à l'objection du répondant à effectuer une tâche, par raison personnelle. Par exemple : Je ne suis simplement pas intéressé à réserver sur Internet. Je ne veux pas être déçu.

Laid 2.1.1.1.5

Cette catégorie fait référence aux éléments esthétiquement déplaisants pour le répondant lors de la visite des sites. Par exemple : Les autres images les images sont trop petites, de moins bonne qualité, les textes trop petits.

Perception des sites 2.2

Cette catégorie fait référence à ce qu'apprécie le répondant et ce qui lui déplaît concernant un site touristique. On s'appuie alors sur leurs attitudes et leurs motivations

Émotions associées aux contenus visuels sur les sites 2.2.1

Cette catégorie fait référence à toutes les gammes d'émotion positives et négatives, ennui, stress, joie, anticipation, nostalgie, éprouvées par le répondant sur les sites touristiques. Par exemple : Je fais des voyages de photos pour m'amuser, je suis à la retraite.

Influence de l'information écrite contenue sur les sites 2.2.2

Cette catégorie fait référence aux informations se trouvant sur le site et venant influencer l'impression du répondant face au site.

Faible 2.2.2.2.1.

Cette catégorie réfère au fait que d'autres éléments que l'information écrite viennent influencer le répondant dans son impression du site. Par exemple: Les images ont une importance capitale sur mon appréciation d'un site.

Moyen 2.2.2.2.2

Cette catégorie réfère au fait que l'information écrite à une influence légère sur le répondant. Par exemple: En regardant les images je vois immédiatement que le site s'adresse aux jeunes, mais si je décide de m'y attarder plus longtemps, je lis des informations qui ont sûrement un intérêt pour les plus vieux.

Élevé 2.2.2.2.3

Cette catégorie se réfère au fait que le répondant se base en grande partie sur l'information écrite pour se faire une idée du site. Par exemple: Par exemple : Le site s'adresse à des gourmands, je lis beaucoup d'allusion à la nourriture.

Interprétation des objectifs des sites 2.2.3

Cette catégorie fait référence aux impressions du répondant en fonction des activités pouvant être pratiquées sur les 4 différents sites visités: bonjourquébec, Québec vacances, Québec région, Québec tourisme. Cette catégorie se divise en 4 sous catégories qui sont chacune divisées selon chaque site:

Découvertes 2.2.3.1.1

Planification 2.2.3.1.2

Information 2.2.3.1.3

Forfaits 2.2.3.1.4

Par exemple : On peut découvrir sur ce site. Pour quelqu'un qui ne connaît pas le Québec c'est un site fantastique.

Adapter à la génération 2.2.4

Cette catégorie fait référence à la clientèle cible que le répondant identifie aux quatre différents sites

Sénior 2.2.4.1.1

Nés avant 1945

Baby-boomers 2.2.4.1.2

Nés entre 1945 et 1966

Génération X 2.2.4.1.3

Nés entre 1967 et 1978

Génération Y 2.2.4.1.4

Nés entre 1979 et 1990

Choix des sites 2.3

Cette catégorie fait référence au site sélectionné parmi les suivants, et les raisons ayant encouragées le répondant à sélectionner le site :

Bonjourquébec 2.3.1

Québec vacances 2.3.2

Québec région 2.3.3

Québec tourisme 2.3.4

Facilité de navigation\ ergonomie 2.3.1.1

Cette catégorie fait référence à la facilité et à l'aisance avec laquelle le répondant à accompli la tâche demandée, la facilité d'y circuler facilement et de trouver les renseignements recherchés. Par exemple : Je trouve ça assez remarquable, c'est vraiment simple.

Cette catégorie fait référence à l'aspect général du site : Par exemple : J'aurais aimé avoir plus de chose sur la page principale me disant que la carte me donne plus de renseignements.

Disposition des onglets\ visuel attirant 2.3.1.2

Cette catégorie se réfère à l'apparence générale du site. Le répondant ayant sélectionné un site en raison de l'impression que ce site répond bien à ces besoins uniquement en se fiant sur le visuel et la disposition des onglets sur les principales pages du site
Par exemple : J'aurais aimé avoir plus de chose sur la page principale me disant que la carte me donne plus de renseignements. Je ne serais pas allé suer cette page, mais maintenant que je vois cette option je trouve ça super bien.

Qualité des Image 2.3.1.3

Cette catégorie fait référence à l'influence des images pour la sélection du site. Par exemple : J'aurais bien aimé retrouver des photos plus grandes, il n'y a une photo qu'une photo du manoir sur le côté, on ne voit aucune photo de face, c'est peut-être parce que l'hébergement est ordinaire.

Texte et slogan 2.3.1.4

Cette catégorie fait référence à l'influence des textes et slogans sur le répondant dans la sélection du site. Par exemple : Québec fournisseurs d'événements depuis 1534 : très bien trouvé très vrai, un peu baveux ça, de la gueule.

Analyse des attitudes du répondant sur le site bonjourquébec 2.4

Cette catégorie fait référence aux attitudes des répondants en fonction d'éléments particuliers sur le site bonjourquébec.

Non-satisfait 2.4.1.1

Cette catégorie fait référence à tous les éléments ayant déplu au répondant sur le site de bonjourquébec. Par exemple : Pour moi le plus gros problème du site sont la grosseur des images. Il pourrait surement y en avoir plus aussi.

Satisfait 2.4.1.2

Cette catégorie fait référence à tous les éléments de satisfaction ressentis sur le site de bonjourquébec par le répondant. Par exemple : Ça l'air très bien pour un site de réservation, ça ressemble à d'autres concepts de site que j'ai déjà utilisé je trouve ça très bien.

Très satisfait 2.4.1.2

Cette catégorie fait référence à tous les éléments précis appréciés par le répondant sur le site bonjourquébec. Par exemple : Activité attraites, c'est vraiment très très bien, mais je n'avais pas remarqué la map plutôt.

Poursuite des activités 2.4.3.1

Cette catégorie fait référence à tous les éléments ayant encouragé le répondant à poursuivre sa planification et/ou réservation sur le site de bonjourquébec. Par exemple : La carte avec le point rouge me plaît énormément c'est une des choses les plus agréables que j'ai vus sur un site de planification mais je ne l'avais jamais vu avant. Je trouve ça vraiment chouette souvent on part et on se demande qu'est-ce qu'on fait. Et là cet outil me donne vraiment l'information que je recherche.

Abandon des activités 2.4.3.2

Cette catégorie fait référence à tous les éléments ayant incités le répondant à quitter le site de bonjourquébec. Par exemple : Je préfère tout de même les bureaux touristiques les gens sont très accueillants j'aime mieux les bureaux touristiques que l'Internet je prépare mon voyage sur Internet mais quand j'arrive dans une ville que je ne connais pas c'est sûr qu'est la première direction que je prends c'est le bureau touristique.

Émotions ressenties lors de la planification 2.4.4

Cette catégorie fait référence aux émotions ressenties 2.6.4.1 et aux éléments relatifs au processus de planification de voyage sur le site de bonjourquébec.

Aisance 2.4.4.1.1

Cette catégorie fait référence à toutes les émotions positives; facilités, aisance, etc., relatives au processus de planification. Elle fait référence à la capacité de décision, le niveau d'initiative ou le sens des responsabilités du répondant. Par exemple : Je recommencerais le processus pour mes prochaines vacances.

Neutre 2.4.4.1.2

Lorsqu'un répondant ne manifeste pas d'émotion, celle-ci est codée neutre.

Inconfort 2.4.4.1.3

Cette catégorie fait référence à un répondant ayant réussi la tâche, tout en mentionnant ne vouloir pas recommencer la tâche.

Stress 2.4.4.1.4

Cette catégorie fait référence à toutes les émotions négatives; colère, hostilité, etc., relatives au processus de planification. Elle se réfère aux sentiments de dépendance et d'incapacité de poursuivre une activité par soi-même. Par exemple : J'aimerais mieux qu'on me mette un choix si je ne connais pas la région je ne sais pas quoi écrire. Faudrait que j'aie vu sur un autre site c'est quoi les établissements accessibles dans Charlevoix je ne peux pas les écrire je ne les connais pas.

Émotions ressenties lors de la planification 2.4.5

Cette catégorie fait référence aux émotions ressenties 2.6.5.1 et aux éléments relatifs au processus de réservation sur le site de bonjourquébec.

Gradation du comportement 2.4.5.1

Cette catégorie fait référence à la gradation du comportement du répondant en fonction de son habilité à effectuer une réservation sur le site. Par exemple : Je réserve sur Internet par ce que il y a une traçabilité, la simplicité la façon la plus rapide de procéder, si jamais tu oublies toi-même ce que tu as réservé, tu gardes une preuve grâce à Internet.

Aisance 2.4.5.1.

Cette catégorie se réfère aux aspects sécuritaires, confiance, facilité, etc. lié à la réservation sur le site de bonjourquébec. Par exemple : J'ai remarqué http S donc ça me mets en confiance.

Stress 2.4.5.1.2

Cette catégorie fait référence à tous les éléments d'insécurité, dépendance, obstacle, stress, etc. liés à la réservation. Elle se réfère aux sentiments de dépendance et d'incapacité de poursuivre une activité par soi-même. Par exemple : Je ne réserve pas sur Internet j'appelle pour être sure à causes des erreurs avec Internet.

Freins et éléments motivateurs 2.4.6

Cette catégorie fait référence à tous les freins à la réservation. Par exemple : Les choix m'intéressent, mais la quantité de choix est limité il n'y en a que 3.

Coût 2.4.6.1

Cette catégorie fait référence au coût monétaire relié à la planification et réservation de vacances sur Internet. Par exemple : Je n'ai aucune idée quoi choisir donc je prends forfait, parce que je ne veux pas payer et les forfaits habituellement sont moins chers.

Temps 2.4.6.2

Cette catégorie fait référence au temps alloué pour planifier et réserver une vacance sur Internet. Par exemple : Par contre pour faire une recherche rapide la je vais me servir Internet, si je ne peux pas me déplacer pour aller chercher un dépliant dans ce cas Internet est très utile.

Connaissance 2.4.6.3

Cette catégorie fait référence aux connaissances des répondants qui viennent freiner ce dernier à pousser les recherches parce qu'il considère en savoir suffisamment. Par exemple : Je l'avais pas remarqué je ne crois pas en avoir besoin parce que je connais bien l'endroit.

Impression face au site gouvernemental 2.4.7

Cette catégorie fait référence aux impressions liées au fait que le site bonjourquébec soit gouvernemental.

Émotions et sentiments 2.4.7.1

Cette catégorie fait référence à tous les sentiments éprouvés face au site gouvernemental BQC, sécurité, complet, etc. Par exemple J'espère que le site est plus sécuritaire parce que ses gouvernementales, je crois qu'il y a plus de contenu mais j'espère surtout qu'il est plus sécuritaire.

Source de l'information 2.4.7.2

Cette catégorie fait référence à toutes les sources d'information ayant informé le répondant que le site bqc est gouvernemental. Par exemple : Je l'ai vu à la télévision.

2.5 Exigences par rapport au site BQC

Cette catégorie fait référence aux attentes et aux besoins des consommateurs

Attentes fonctionnelles 2.5.1.1

Cette catégorie fait référence aux aspects utilitaires, compris dans le service, aux aspects élémentaires devant se retrouver sur un site de planification de vacances au Québec. Par exemple : Je m'attends à pouvoir retrouver une description détaillée des services offerts par l'hébergement ou je vais réserver.

Attentes temporelles 2.5.1.2

Cette catégorie fait référence au temps notamment en lien avec la planification de voyage. Par exemple : Je réserve sur Internet parce que c'est plus rapide.

Attentes informationnelles 2.5.1.3

Cette catégorie fait référence à l'obtention d'information de façon simple, conviviale, objective, rapide. Par exemple : J'aurais aimé retrouver plus d'informations sur les activités à faire avec les enfants dans cette région.

Attentes relationnelles 2.5.1.4

Cette catégorie fait référence aux exigences en fonction de la relation avec le commerçant, tel que le suivi-après vente. Par exemple : J'aime mieux réserver dans une agence pour le contact plus personnalisé.

Attentes symboliques 2.5.1.5

Les attentes imaginaires, sensorielles et symboliques font référence à l'inspiration que procure divers éléments sur le site de bonjourquébec dans un contexte de voyage. Ces éléments peuvent être déterminants dans la volonté du répondant à réutiliser le site pour une planification et/ou réservation de futures vacances.

Cette catégorie fait référence aux impressions en fonction de la signification d'une image, le prestige, la richesse. Par exemple : Ce site ne s'adresse pas aux jeunes parce qu'il présente que des établissements dispendieux. C'est un site pour les gens plus aisés, ou plus vieux.

Attentes imaginaires 2.5.1.6

Cette catégorie fait référence aux aspirations profondes, à l'estime de soi, à l'épanouissement. Par exemple : L'image me rappelle mes voyages en Australie, ou je suis allé faire de la photo dans le fond de la forêt.

Attentes sensorielles 2.5.1.7

Cette catégorie fait référence au plaisir. Par exemple : L'image me donne le goût de partir en Gaspésie, c'est si beau la Gaspésie.

Attentes financières 2.5.1.8

Cette catégorie fait référence aux exigences visant le prix. Par exemple je regarde les prix surtout et je vais sur des pages où je peux trouver des forfaits c'est ça le plus intéressant pour moi.

Attentes sociétales 2.5.1.9

Cette catégorie fait référence aux exigences visant le respect de l'environnement. Tourisme durable, préservation des ressources, tourisme équitable et écologique.

Attentes esthétiques 2.5.1.10

Cette catégorie fait référence aux exigences visant l'apparence. L'esthétisme et le visuel d'une destination. Par exemple : La photo des aurores boréales est superbe.