

# PERSONA



**Mieux connaître nos clients pour leur faire vivre une expérience agréable mémorable**

# Persona – Famille réunionnaise

## Famille Rivière

**Age :** 38 et 42 ans  
**Métiers :** Chargée de communication et informaticien  
**Situation :** Mariés, 2 enfants (4 et 7 ans)  
**Résidence :** Saint-Denis, La Réunion

### Comportement de voyages

- 1 voyage /an en famille
- En métropole et dans l'Océan Indien
- Ils organisent leur voyage longtemps à l'avance et partent pendant les vacances scolaires

### Passage à l'aéroport

Ils sont souvent **accompagnés par la famille**. Après l'enregistrement, ils aiment **passer un dernier moment ensemble** avant de passer les contrôles.

En salle d'embarquement, ils apprécient **un endroit pour se poser en famille** où les enfants peuvent bouger sans déranger, pas trop loin des sanitaires. S'ils trouvent de quoi **distraire calmement les enfants** ou du wifi pour les occuper sur la tablette, elle pourra profiter d'un moment de **shopping** pendant qu'il reste avec eux.

En quête de **cadeaux péi authentiques et originaux** pour la belle-famille et de **produits pratiques pour le voyage** (boissons, tours de cou et jeux pour les enfants), elle peut craquer pour une offre spéciale ou exclusivité au Duty Free si le **prix est raisonnable**. Elle n'a pas beaucoup de temps et fuit les longues files d'attente en caisse.

Organisés Actifs Attentifs



### Motivations

Fluidité - Facilitation -  
Divertissements

« Notre **priorité** avec les enfants c'est de faire la queue le moins longtemps possible. Nos enfants sont toujours très excités de prendre l'avion, pour eux c'est toute une aventure et nous essayons de canaliser leur énergie et de les occuper au mieux à chaque étape pour profiter aussi de ce moment de découverte et de proximité en famille. »

### Comportement d'achat :

- Le budget vacances bien défini prévoit de quoi se faire **plaisir en famille**.
- Ils recherchent des **accessoires pratiques** pour le voyage et des **produits locaux** pour offrir à la famille.
- Ils aiment les **produits de qualité, plutôt bio** pour l'alimentaire à prix raisonnable.
- Ils peuvent être intéressés par des **grandes marques** si c'est moins cher qu'à La Réunion.

# Persona – L'homme d'affaires

## Terry DOOKUN

**Age :** 45 ans  
**Métier :** Dirigeant d'une Start up  
**Situation :** Marié, enfant  
**Résidence :** Port-Louis, Maurice

Productif Autonome Exigeant



### Comportement de voyages

- Entre 6 et 8 vols par an
- A la Réunion et dans l'Océan Indien

«Ma priorité à l'aéroport c'est d'optimiser mon temps. Je considère principalement les aéroports comme des opérateurs fonctionnels qui me conduisent là où je dois être. Une fois à l'aéroport, il doit être le plus efficace possible »

### Motivations

Efficacité – Confort - Connectivité

### Passage à l'aéroport

En tant que voyageur fréquent, il est exigeant et aspire à un traitement efficace et rapide dans des **espaces fonctionnels et confortables** à chaque étape. **En général, il vient accompagné d'un ou 2 collaborateurs.** Lorsqu'il arrive à la Réunion, il a déjà réservé un véhicule dans le but d'optimiser ses déplacements. A son retour, il souhaite restituer sa voiture rapidement. Il voyage avec **un bagage cabine**, s'enregistre en ligne et souscrit systématiquement **l'offre « fast-track »** pour passer les contrôles de sécurité au plus vite. Lors de son **passage express en duty free**, c'est l'occasion de ramener un souvenir à sa femme et à son fils. Il souhaite **connaître l'offre boutiques au préalable** et pouvoir réserver ses achats pour gagner du temps et aller le plus vite possible au salon ou **s'installer dans un espace confortable et connecté** pour travailler . Il souhaite **se restaurer avec une offre variée.**

### Comportement d'achat

- Au moins un achat par voyage
- Recherche des **marques internationales** connues
- Recherche des **spécialités culinaires locales**
- Souhaite **minimiser son temps de passage** en magasin
- Fan de points fidélité via **programme de fidélité** de cartes bleues ou compagnies aériennes ( Amex/Flyingblue/etc...)

# Persona – Le couple de touristes séniors

## Bernard et Jeanne DUBOIS

**Age :** 65 et 68 ans  
**Métiers :** Retraités (lui PDG de PME et elle Expert comptable)  
**Situation :** Mariés, 1 enfant et 2 petits enfants  
**Résidence :** Lyon, France métropolitaine

Prévoyant Curieux Enthousiastes



### Motivations

Découvertes – Plaisir - Détente

*« Les voyages sont amusants, ils entretiennent la jeunesse et pour nous, le passage à l'aéroport fait aussi partie du voyage. On aime découvrir des cultures différentes et rencontrer les gens. »*

### Comportement de voyages

- 1<sup>er</sup> voyage à La Réunion
- 2 à 3 voyages/an dans le monde entier
- Préparent leurs voyages 3 à 6 mois à l'avance
- Organisent et réservent leurs voyages en agence avec toutes les assurances et garanties proposées

### Passage à l'aéroport

Ils arrivent longtemps à l'avance car ils ne pas veulent pas être stressés en cas d'imprévu sur la route et aiment bien enregistrer dans les premiers, pour visiter les lieux et se poser pour écrire les dernières cartes postales dans un coin tranquille avec une collation. Ils passent les formalités quand il n'y a pas encore trop de monde et une fois dans la salle d'attente, ils font toutes les boutiques pour trouver des souvenirs authentiques qui leur rappellent leurs vacances, des produits locaux pour les amis, des cadeaux pour les enfants et petits enfants. Ils ont envie de se sentir encore à La Réunion jusqu'à l'entrée dans l'avion. Ils sont curieux et apprécient tout ce qui peut leur permettre de prolonger leur voyage en terme d'ambiance, produits, restauration. Ils sont sensibles à l'accueil et à l'amabilité du personnel et aiment être conseillés.

### Comportement d'achat

- Ils font le tour de toutes les boutiques à la **recherche de souvenirs** pour eux et de cadeaux pour chaque proche : **artisanat local** et **produits gastronomiques locaux** essentiellement.
- Ils aiment être conseillés, ils sont attentifs à la qualité mais c'est surtout le **côté typique et authentique** qui prime.
- Ils font attention au prix mais ne se limitent pas pour **faire plaisir**
- Ils sont intéressés par un **dernier encas ou repas typique**.