



Services collaboratifs : qu'est-ce qui les rend attractifs pour les consommateurs ?

Une première analyse des services d'hospitalité en France

Type de publication : Article de revue

Revue : [European Review of Service Economics and Management](#) [Revue européenne d'économie et management des services](#)
2016 - 2, n° 2. varia

Auteurs : Bertrand (Daisy), Chameroy (Fabienne), Léo (Pierre-Yves), Philippe (Jean)

Résumé : Cet article est consacré à la consommation collaborative. Il est axé sur le comportement des consommateurs dans les services d'hospitalité en France. Après une cartographie des principales plateformes collaboratives, dans ce domaine, nous avons sélectionné quelques prestataires significatifs et avons mis en œuvre une approche « netnographique » en comparant les sites Web des fournisseurs et en analysant les contenus des blogs et forums où les consommateurs partagent leurs expériences.

Pages : 149 à 190

Revue : [Revue Européenne d'Économie et Management des Services](#)

Thème CLIL : 3306 -- SCIENCES ÉCONOMIQUES -- Économie de la mondialisation et du développement

EAN : 9782406069300

ISBN : 978-2-406-06930-0

ISSN : 2555-0284

DOI : 10.15122/isbn.978-2-406-06930-0.p.0149

Éditeur : Classiques Garnier

Mise en ligne : 27/05/2017

Périodicité : Semestrielle

Langue : Français

Mots-clés : Services collaboratifs, comportement du consommateur, hôtellerie, netnographie, France

[Afficher en ligne](#)