

Rapport

LES COMMERCES AYANT LE MIEUX INTÉGRÉ LES MESURES DE SANTÉ ET SÉCURITÉ DANS LEUR PARCOURS CLIENT

DANS LE CONTEXTE DE LA CRISE
DE LA COVID-19 AU QUÉBEC

DATE 04-06-2020

Leger



INTRODUCTION PRÉSENTÉE AUX RÉPONDANTS

En cette période de crise de la COVID-19, les commerces de produits et services doivent apporter des changements dans leurs façons de faire afin d'assurer la santé et la sécurité de leurs clients et leurs employés : lavage de mains, contrôle du nombre de clients dans le magasin, distanciation sociale, mesures de protection des employés et des clients, salubrité des produits, etc.

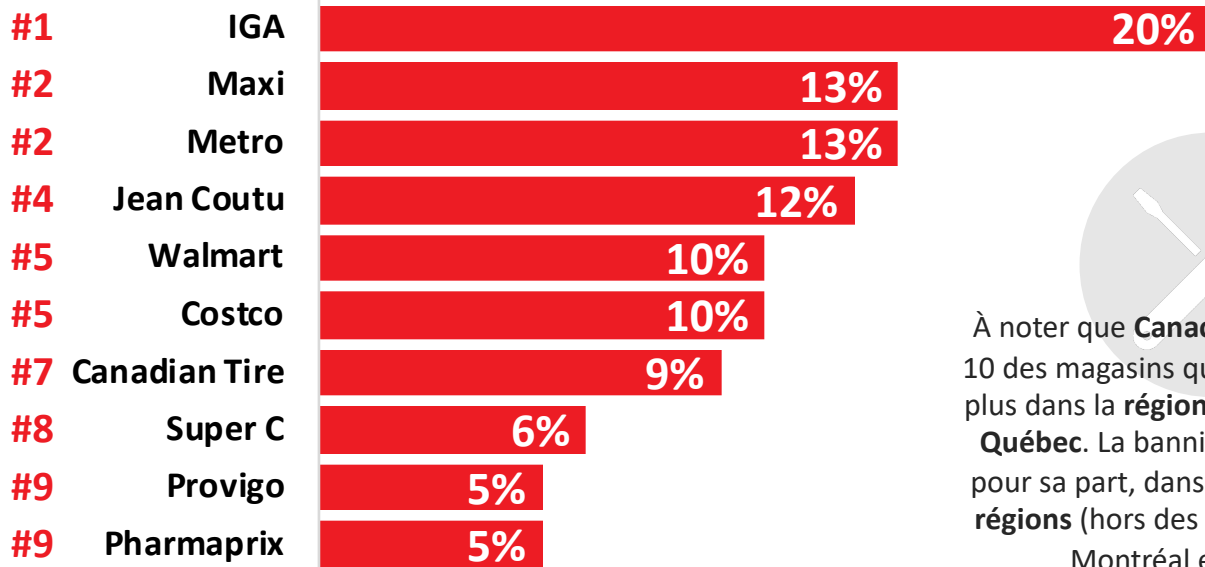
Bien que l'objectif soit d'assurer la santé et sécurité des clients et des employés, il arrive, dans certains cas, que ces changements puissent avoir un impact sur l'ambiance de magasinage, le plaisir de magasiner et le service. Certains commerces ont très bien réussi à intégrer ces mesures de façon à rendre votre expérience de magasinage agréable et même amusante.

Voici des exemples :

- Ajout de services dans la file d'attente pour que les clients puissent s'occuper, se cultiver ou se divertir.
- Marquages originaux et ludiques sur le plancher pour indiquer la distanciation sociale ou le sens de la circulation dans les rangées.
- Digitalisation de la file d'attente pour éviter la file d'attente physique : prise de rendez-vous virtuel, application pour connaître le temps d'attente, etc.
- Cabine d'essayage virtuel ou miroir virtuel en magasin pour essayer sans contact des vêtements, des lunettes, des souliers, etc.
- Transformation du magasin en salle d'exposition (salle de montre) avec service, mais avec achat en ligne uniquement.
- Comptoir de vente réinventé et amusant, mais avec fermeture de l'aire de vente au public.
- Création de petits espaces, bulles ou cubicules avec plexiglas pour assurer de façon créative la distanciation sociale et la sécurité.
- Etc.

TOP 10 DES COMMERCE AYANT LE MIEUX INTÉGRÉ LES MESURES DANS LEUR PARCOURS CLIENT AU QUÉBEC

TOP 10 PROVINCE DU QUÉBEC

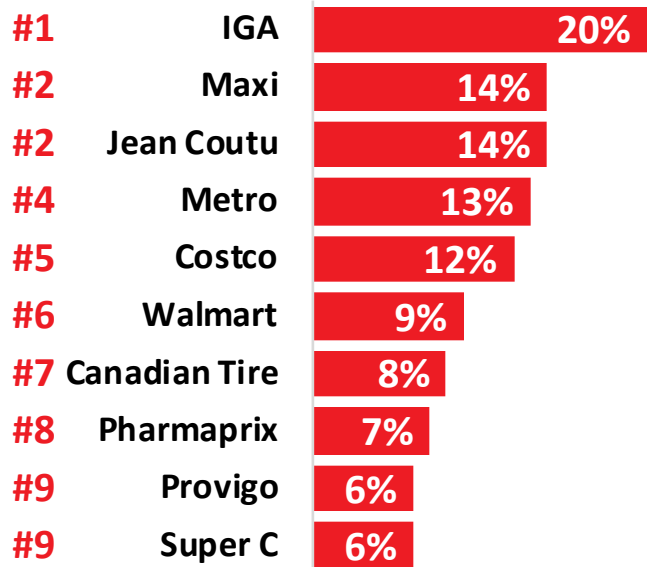


À noter que **Canac** fait partie du TOP 10 des magasins qui se démarquent le plus dans la **région métropolitaine de Québec**. La bannière **Rona** se hisse, pour sa part, dans le TOP 10 **dans les régions** (hors des centres urbains de Montréal et Québec).

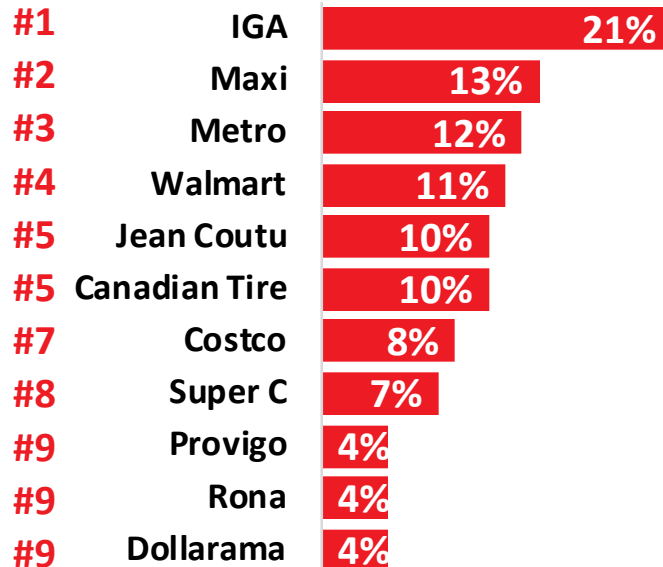
Q1. De par votre expérience depuis le début de la crise, quels sont, selon vous, tous les commerces qui ont réussi à se démarquer pour rendre votre expérience de magasinage plus agréable ou amusante par leur façon d'appliquer les mesures de santé et sécurité dans leurs magasins ?

TOP 10 DES COMMERCE AYANT LE MIEUX INTÉGRÉ LES MESURES DANS LEUR PARCOURS CLIENT

TOP 10 MONTRÉAL RMR



TOP 10 AUTRES RÉGIONS



Q1. De par votre expérience depuis le début de la crise, quels sont, selon vous, tous les commerces qui ont réussi à se démarquer pour rendre votre expérience de magasinage plus agréable ou amusante par leur façon d'appliquer les mesures de santé et sécurité dans leurs magasins ?

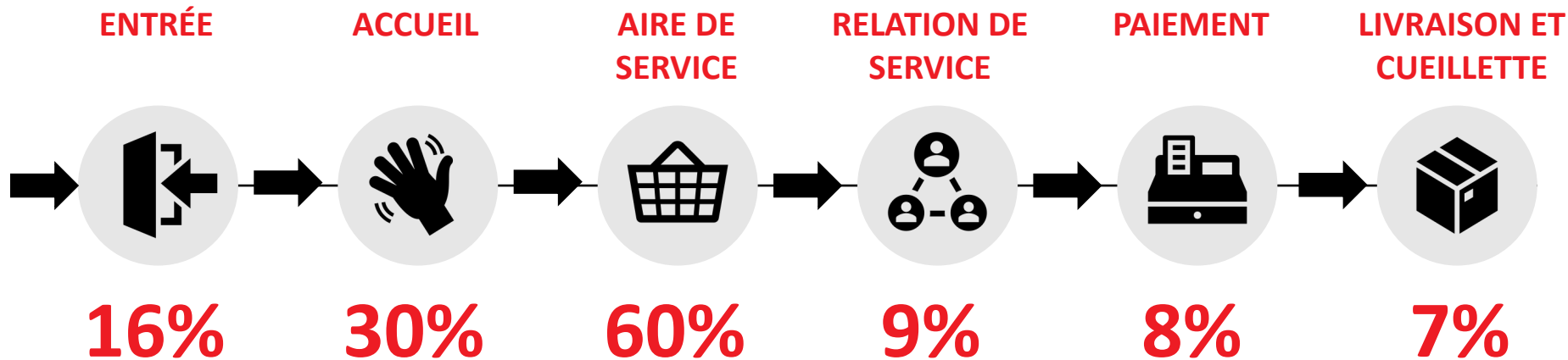
TOUS LES COMMERCE AYANT LE MIEUX INTÉGRÉ LES MESURES DANS LEUR PARCOURS CLIENT AU QUÉBEC

COMMERCE ≥ 1% DES RÉPONSES	TOTAL	COMMERCE ≥ 1% DES RÉPONSES	TOTAL
IGA	20%	Dollarama	3%
Maxi	13%	Brunet	2%
Metro	13%	Tigre Géant	2%
Jean Coutu	12%	Canac	2%
Costco	10%	Adonis	1%
Walmart	10%	L'Intermarché	1%
Canadian Tire	9%	Familiprix	1%
Super C	6%	Home Depot	1%
Provigo	5%	Home Hardware	1%
Pharmaprix	5%	Simons	1%
Uniprix	3%	Mondou	1%
SAQ	3%	Tim Hortons	1%
Rona	3%	McDonald's	1%

Au total, **53% des Québécois** trouvent qu'au moins un commerce s'est démarqué dans le cadre de la crise au niveau de l'expérience client.

Q1. De par votre expérience depuis le début de la crise, quels sont, selon vous, tous les commerces qui ont réussi à se démarquer pour rendre votre expérience de magasinage plus agréable ou amusante par leur façon d'appliquer les mesures de santé et sécurité dans leurs magasins ?

ÉTAPE DU PARCOURS CLIENT OÙ LES COMMERCE SE SONT LE PLUS DÉMARQUÉS AUX YEUX DES CONSOMMATEURS



Proportion de commerces qui se démarquent aux différentes étapes du parcours client.

Puisqu'un commerce peut se démarquer à différentes étapes du parcours client, il est normal que le total des % soit supérieur à 100%.

Q2. Comment se sont-ils démarqués ?

QUESTION OUVERTE – PLUSIEURS MENTIONS POSSIBLES POUR CHACUN DES MAGASINS MENTIONNÉS À Q1 / Base : 1 498 évaluations de commerce

ÉTAPE DU PARCOURS CLIENT OÙ LES COMMERCES SE SONT LE PLUS DÉMARQUÉS AUX YEUX DES CONSOMMATEURS



ENTRÉE :
REPRÉSENTE
16% DES
MENTIONS

DÉTAIL DES MENTIONS	TOTAL
Limitation/contrôle du nombre de personnes dans le commerce	10%
File d'attente / zone d'attente	4%
La surveillance de l'entrée du commerce / agent de sécurité à l'entrée	2%
Facilité d'accès / accès rapide	1%

En général, **les épiceries** se démarquent au niveau des mesures prises à l'entrée des magasins, notamment pour le **contrôle du nombre de personnes admissibles** à l'intérieur et de la présence de **mesures de surveillance**.

Q2. Comment se sont-ils démarqués ?

QUESTION OUVERTE – PLUSIEURS MENTIONS POSSIBLES POUR CHACUN DES MAGASINS MENTIONNÉS À Q1 / Base : 1 498 évaluations de commerce

ÉTAPE DU PARCOURS CLIENT OÙ LES COMMERCE SE SONT LE PLUS DÉMARQUÉS AUX YEUX DES CONSOMMATEURS



ACCUEIL :
REPRÉSENTE
30% DES
MENTIONS

DÉTAIL DES MENTIONS	TOTAL
Lavage des mains / ajout de lavabo à l'entrée / gel désinfectant pour les mains	24%
Désinfection/lavage de paniers/chariots	7%
Port du masque / distribution de masques / masque	3%
Poser des questions aux clients à l'entrée / questionnaire	3%
Employé à l'entrée pour nous accueillir / plus de personnels pour nous guider	3%

Si plusieurs types de commerce se démarquent dès l'accueil en magasin, ce ne sont pas tous pour les mêmes raisons. **Dans les pharmacies, les consommateurs sont plus enclins à avoir remarqué les questionnaires posés aux clients sur leur état de santé dès leur arrivée en succursale.** Pour sa part, **Costco** se démarque au niveau du **port obligatoire du masque** et **Maxi** tout spécialement pour le **nettoyage des paniers d'achats.**

Q2. Comment se sont-ils démarqués ?

QUESTION OUVERTE – PLUSIEURS MENTIONS POSSIBLES POUR CHACUN DES MAGASINS MENTIONNÉS À Q1 / Base : 1 498 évaluations de commerce

ÉTAPE DU PARCOURS CLIENT OÙ LES COMMERCES SE SONT LE PLUS DÉMARQUÉS AUX YEUX DES CONSOMMATEURS



**AIRE DE
SERVICE :
REPRÉSENTE
60% DES
MENTIONS**

DÉTAIL DES MENTIONS	TOTAL
Mesures préventives/de protection adéquates / mesures de sécurité / consignes dans le magasin	16%
Signalisation/flèches/lignes sur le plancher / direction de circulation au sol	13%
Respect des règles de la distanciation (2 mètres de distance) / marquage de distanciation en magasin	11%
Respect des recommandations/mesures gouvernementales dans le magasin	5%
Propreté des lieux / désinfection régulière des équipements / nettoyage	3%
Bonnes mesures / excellent dans l'ensemble	5%
Bonne organisation	4%
Bonnes mesures d'hygiène / mesures sanitaires	2%
Allée à sens unique / flèches à sens unique	2%
Service efficace / bon fonctionnement	2%
Bon aménagement des lieux / installations adéquates	2%
Mesures pas trop restrictives/contrariantes / liberté de magasinage	2%
Bonne disponibilité des produits / bonne variété de produits	1%
Beaucoup de rabais/promotions	1%

Les **bannières à rabais, comme Super C, Maxi et Walmart** se démarquent particulièrement au niveau des **efforts de signalisation en magasin concernant la circulation dans les allées.**

Plusieurs clients félicitent également des commerces comme **SAQ et Canac** pour leurs **mesures préventives en général**, qui inspirent confiance et sécurité.

Q2. Comment se sont-ils démarqués ?

ÉTAPE DU PARCOURS CLIENT OÙ LES COMMERCES SE SONT LE PLUS DÉMARQUÉS AUX YEUX DES CONSOMMATEURS



**RELATION DE
SERVICE :
REPRÉSENTE
9% DES
MENTIONS**

DÉTAIL DES MENTIONS	TOTAL
Bon service à la clientèle / bon accueil / bon service	8%
Le personnel est bien protégé / porte des équipements de protection	1%

En période de crise, la qualité de la relation client reste une façon importante de se démarquer de la concurrence. Si les commerces essentiels comme les épiceries et les pharmacies se démarquent surtout pour les mesures sanitaires et de sécurité, **les quelques commerces de service et de détail spontanément mentionnés** (comme les institutions financières, les magasins de vêtements comme Simons ou encore les magasins d'articles de sports et de plein air) **sortent du lot grâce à la qualité de leur service client.**

Q2. Comment se sont-ils démarqués ?

ÉTAPE DU PARCOURS CLIENT OÙ LES COMMERCE SE SONT LE PLUS DÉMARQUÉS AUX YEUX DES CONSOMMATEURS



PAIEMENT :
REPRÉSENTE
8% DES
MENTIONS

DÉTAIL DES MENTIONS	TOTAL
Caissière derrière un écran protecteur / plexiglas/écran protecteur	5%
Service rapide / pas de file d'attente / plus de caisses ouvertes	4%

Les résultats montrent que la **SAQ** a réellement su tirer son épingle du jeu à l'étape du paiement et du service offert aux caisses. En effet, ce sont 23% des clients pour qui la SAQ se démarque qui ont mentionné le service aux caisses, spécialement en lien avec l'efficacité et la rapidité du processus.

Q2. Comment se sont-ils démarqués ?

QUESTION OUVERTE – PLUSIEURS MENTIONS POSSIBLES POUR CHACUN DES MAGASINS MENTIONNÉS À Q1 / Base : 1 498 évaluations de commerce

ÉTAPE DU PARCOURS CLIENT OÙ LES COMMERCE SE SONT LE PLUS DÉMARQUÉS AUX YEUX DES CONSOMMATEURS



**LIVRAISON ET
CUEILLETTE :
REPRÉSENTE
7% DES
MENTIONS**

DÉTAIL DES MENTIONS	TOTAL
Service de commande en ligne / application mobile / commande par téléphone	4%
Service de livraison / livraison gratuite	2%
Service au volant	1%
Service fourni à l'extérieur (comptoir extérieur, service de cueillette extérieur, etc.)	1%

Dans certains commerces, c'est l'étape de la livraison et de la cueillette des produits qui a permis de se démarquer aux yeux des clients. Par exemple, le **service à l'auto lancé par Chocolats Favoris** en plein cœur de la pandémie a été souligné positivement par les clients, **tout comme celui de Canadian Tire** déjà bien établi. Des commerces comme **Amazon, Simons** ou encore **McDonald** se démarquent quant à eux au niveau de **leur service de commande en ligne**.

Q2. Comment se sont-ils démarqués ?

QUESTION OUVERTE – PLUSIEURS MENTIONS POSSIBLES POUR CHACUN DES MAGASINS MENTIONNÉS À Q1 / Base : 1 498 évaluations de commerce

AUTRES TENDANCES OBSERVÉES

LES COMMERCES ESSENTIELS SE DÉMARQUENT SURTOUT EN MATIÈRE DE SANTÉ ET DE SÉCURITÉ

À ce stade-ci de la mesure, il n'est pas surprenant de constater que **les commerces qui se démarquent le plus aux yeux des Québécois sont ceux offrant des services essentiels, et donc ceux qui sont demeurés ouverts au public durant la pandémie** : épicerie, pharmacies, centres de rénovation, magasins à grande surface, etc. Ces commerces se démarquent surtout au niveau de leur rigueur dans l'application des **mesures de santé et de sécurité** mises en place pour protéger les employés et les visiteurs. Avec le déconfinement qui suit son cours, il sera intéressant de suivre ce sondage à travers le temps pour voir quels sont les autres commerces au détail qui parviennent à se distinguer, et à quelle étape du parcours client. Jusqu'à présent, **les magasins de vêtements et d'articles de maison** comme Simons, par exemple, semblent tirer leur épingle du jeu quant à la **qualité du service client** et du **processus de livraison et de cueillette**.

L'INNOVATION, PAS SEULEMENT POUR LES PLUS GRANDS !

Le sondage met aussi en lumière **plusieurs exemples de petites entreprises qui ont su s'ajuster rapidement et faire leur marque dans l'esprit de leur clientèle**. On pourrait penser que les organisations de plus petites tailles ont peut-être plus de flexibilité pour proposer des mesures innovantes et rigolotes. Voici quelques exemples de verbatim retenus :

Club Piscine

« Les files d'attente sont très efficaces, une file par service ! En plus, on a un accompagnement personnalisé par le personnel. Très rassurant. »

Café Les Impertinentes

« Joli carton humoristique à l'entrée pour expliquer les mesures et se désinfecter les mains. À l'intérieur, belle barrière faite avec tables et fleurs. »

Ferme Guyon

« Pour rappeler de respecter la distance de 2 mètres, ils disent de garder 5 poules de distance ! »

La pomme en cage

« Il y a plein de fanions et d'affiches colorées pour faire les chemins pour la sécurité. »

Lavadog

« Ils ont installé la salle d'attente de façon très créative et sécuritaire pour les animaux et les maîtres. »

ANNEXE – APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE



MÉTHODE

Un **sondage Web** a été réalisé auprès de Québécois.



RÉPONDANTS

Échantillon représentatif de **1 006 Québécois parlant français ou anglais âgés de 18 ans ou plus.**



QUAND ?

Les données ont été collectées du **30 au 31 mai 2020.**



PONDÉRATION

Les résultats ont été pondérés **en fonction de l'âge, du sexe, de la région, de la scolarité, de la présence d'enfants mineurs dans le ménage** afin d'assurer un échantillon représentatif de la population québécoise.



Comprendre le monde



leger360.com



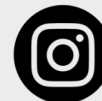
@leger360



/LegerCanada



/company/leger360



@leger360