

## Qui sommes-nous?

Chez Intouch Insight, nous offrons une expertise expérientielle et opérationnelle aux entreprises à travers le monde. Nous nous spécialisons dans le support des PME multi-emplacements afin qu'elles maintiennent leur promesse de marque. En tirant profit de notre plateforme CX automatisée, les marques sont en mesure de produire des actions à valeur élevée qui leurs font gagner des clients à vie.

Pour en savoir plus:





Avis de non-responsabilité: Les opinions exprimées dans cette étude sont représentatives des données de sondage recueillies. Veuillez continuer à suivre les recommandations des professionnels médicaux et de vos représentants gouvernementaux régional concernant les protocoles de santé et sécurité.

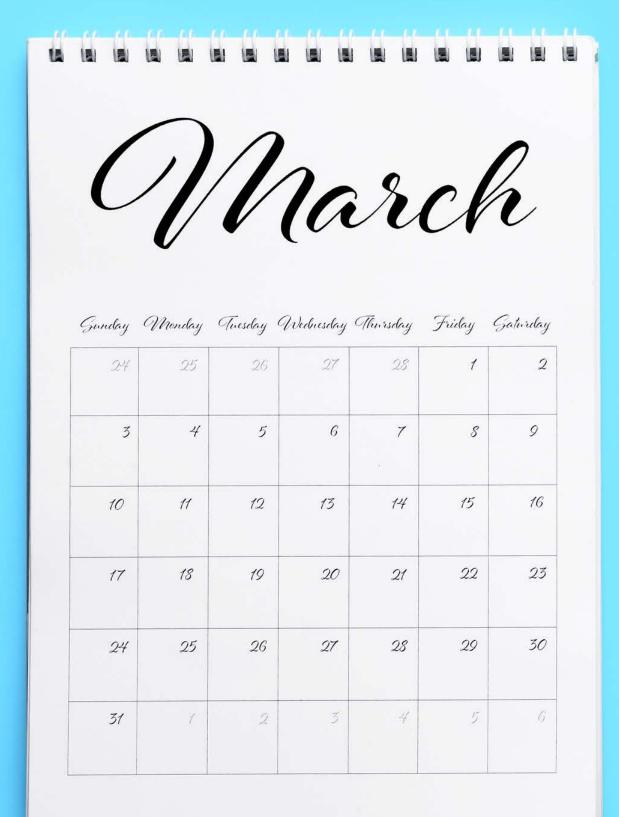












## Introduction & mise à jour

Il s'est écoulé un peu plus d'un an depuis que nous avons vécu les premières mesures de confinement dûes à la pandémie Covid-19. Tous les secteurs d'entreprises en ont été affectés, mais l'industrie du commerce de détail s'est retrouvée à la tête de ces changements.

Pour comprendre comment les attentes des consommateurs étaient en train de changer, nous avons utilisé notre plateforme d'intelligence d'affaires, LiaCX®, et notre outil de sondages afin d'obtenir une rétroaction des consommateurs à travers 2 sondages menés en mai 2020 et à nouveau en octobre 2020.

Afin de continuer à comprendre les effets et tendances à long terme dans le commerce de détail, nous avons lancé un **3è** sondage, atteignant plus de **1200** répondants.



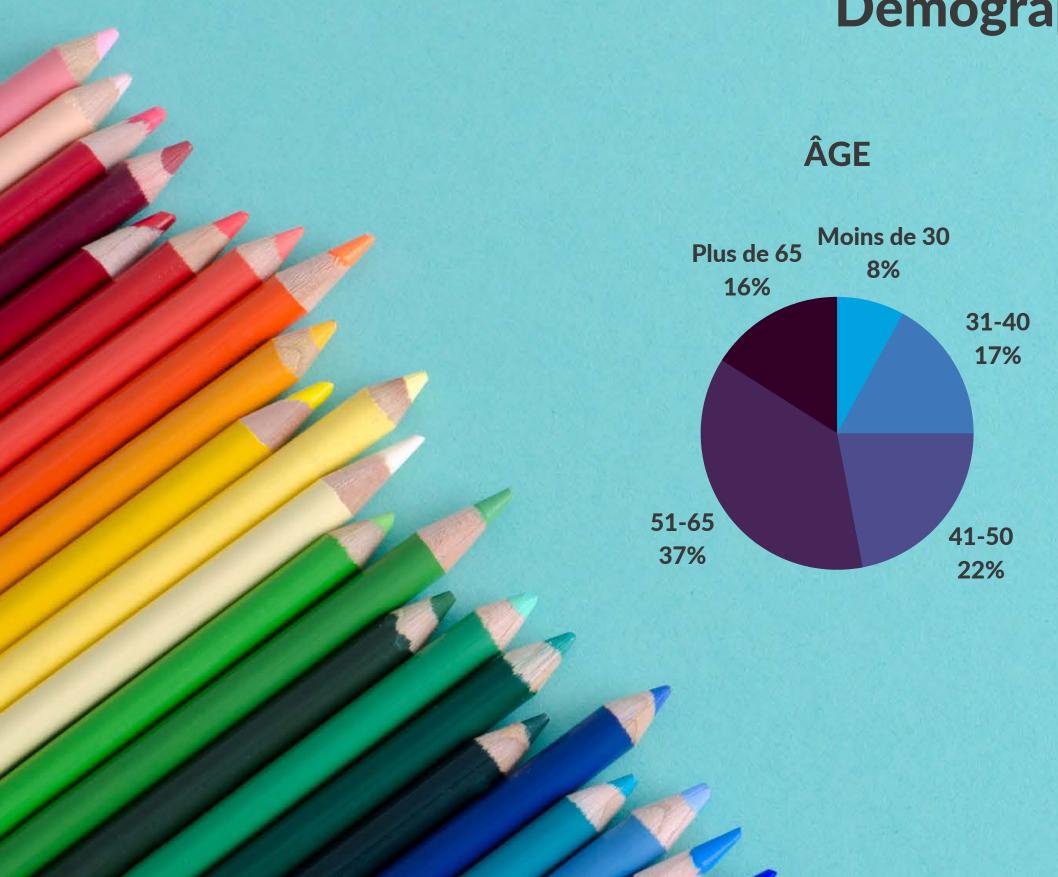
Afin de mieux comprendre comment les choses ont changé et continuer à fournir des perspectives utiles aux entreprises, nous avons exploré de nouvelles avenues entourant l'expérience-client.

#### Ce dont il est question dans ce rapport:

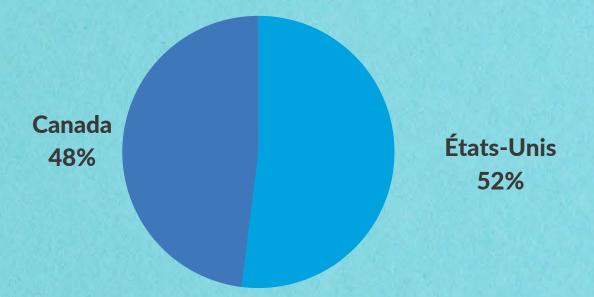
- Les attentes des consommateurs par rapport aux entreprises;
- Comment leurs habitudes se solidifient;
- Les aspects sur lesquels les entreprises doivent concentrer leurs efforts afin d'avoir un meilleur impact.



## Démographiques des répondants



**EMPLACEMENT** 





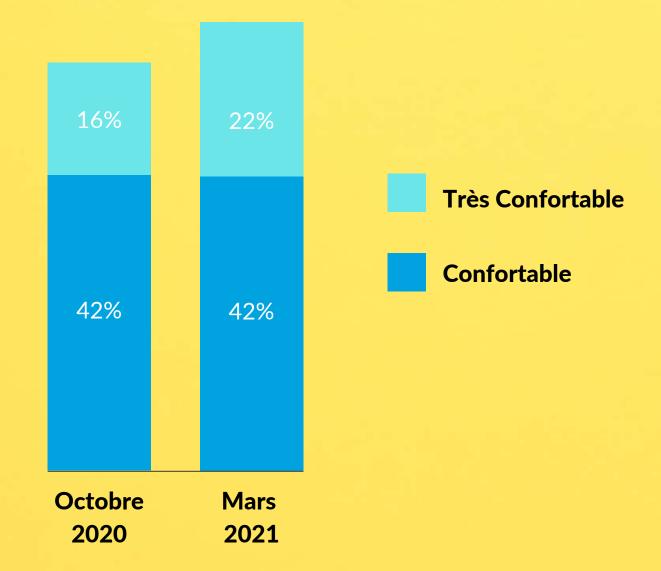
### **Constats initiaux**

En mai 2020, lorsque nous avons demandé quels aspects étaient considérés extrêmement importants dans la prise de décision pour visiter un magasin, la **propreté**, les **mesures de contrôle des foules** et le **service sans contact** trônaient au sommet de la liste.



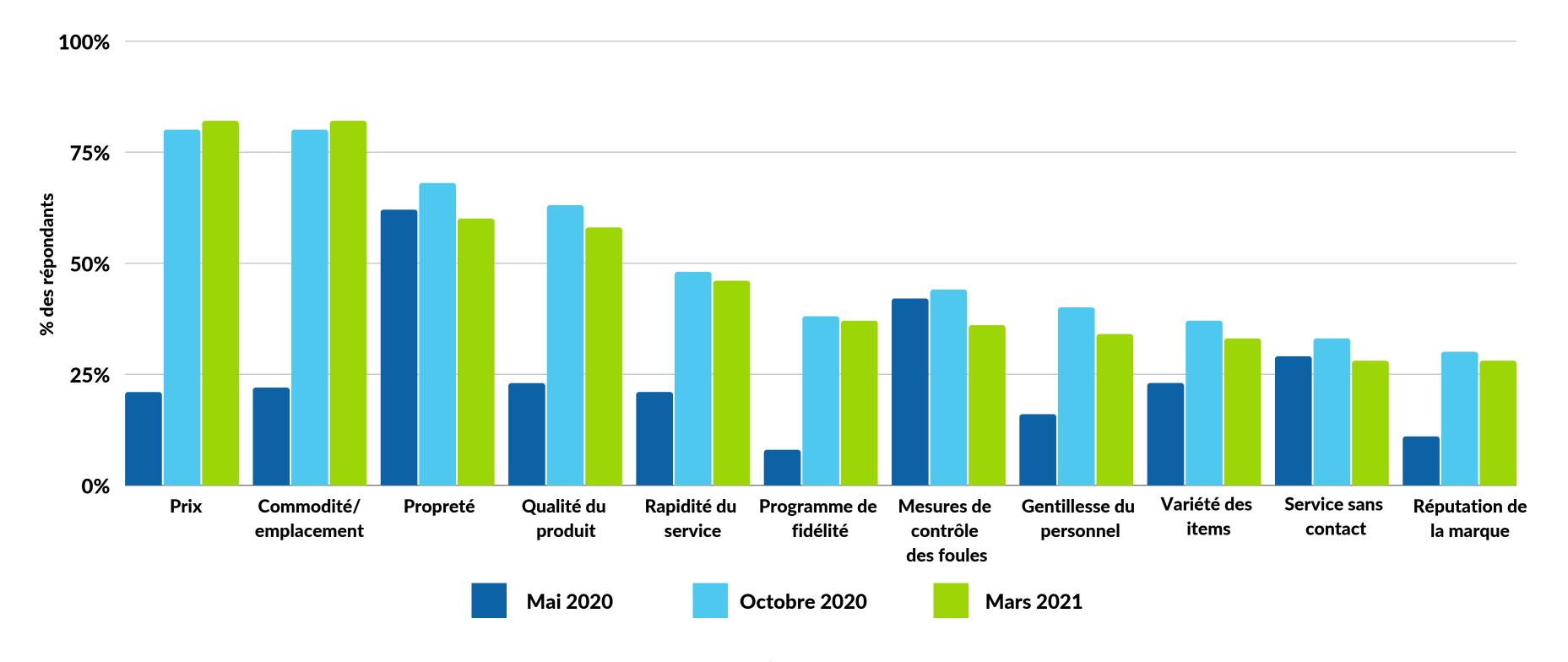
Cette tendance est davantage renforcée par une augmentation de 6% dans le nombre de personnes rapportant se sentir **confortable ou très confortable** d'entrer dans un magasin, depuis l'automne dernier.

Pourcentage des répondants ayant rapporté se sentir confortable ou très confortable d'entrer dans un magasin.





Lesquels des aspects suivants considérez-vous **extrêmement importants** en décidant de visiter un magasin?

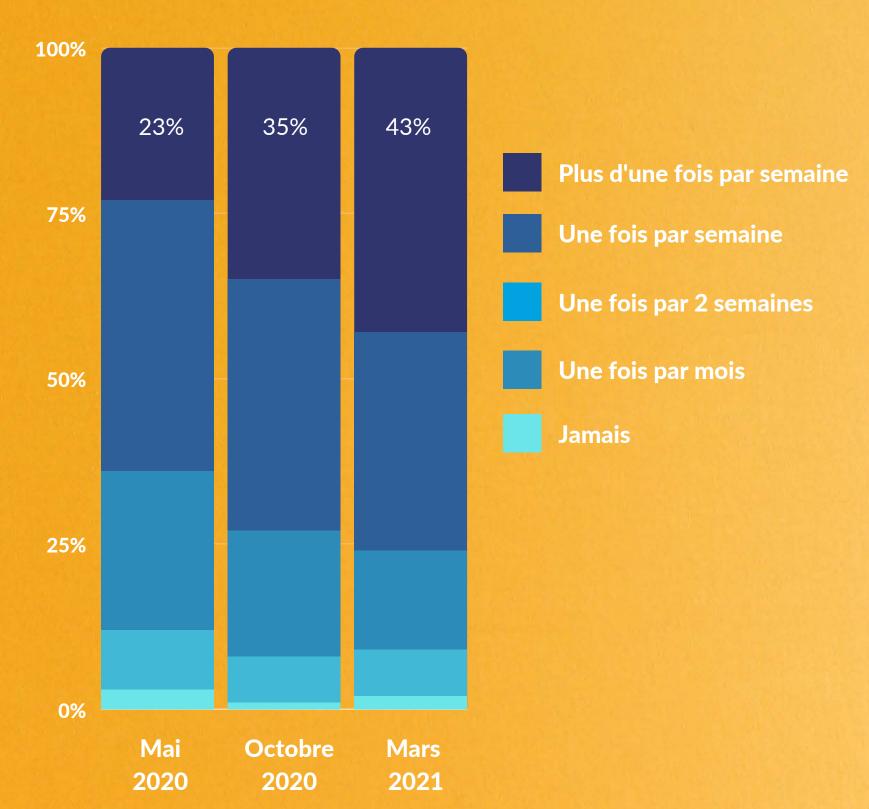




Et, le nombre de gens rapportant avoir fait un achat en magasin plus d'une fois par semaine a continué à augmenter au cours de la dernière année.

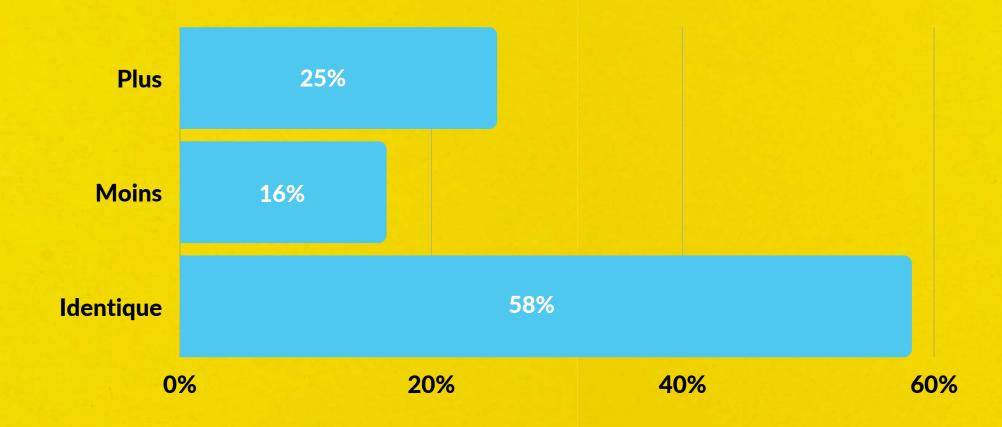


## Pourcentage des répondants rapportant la fréquence d'achats faits en magasin





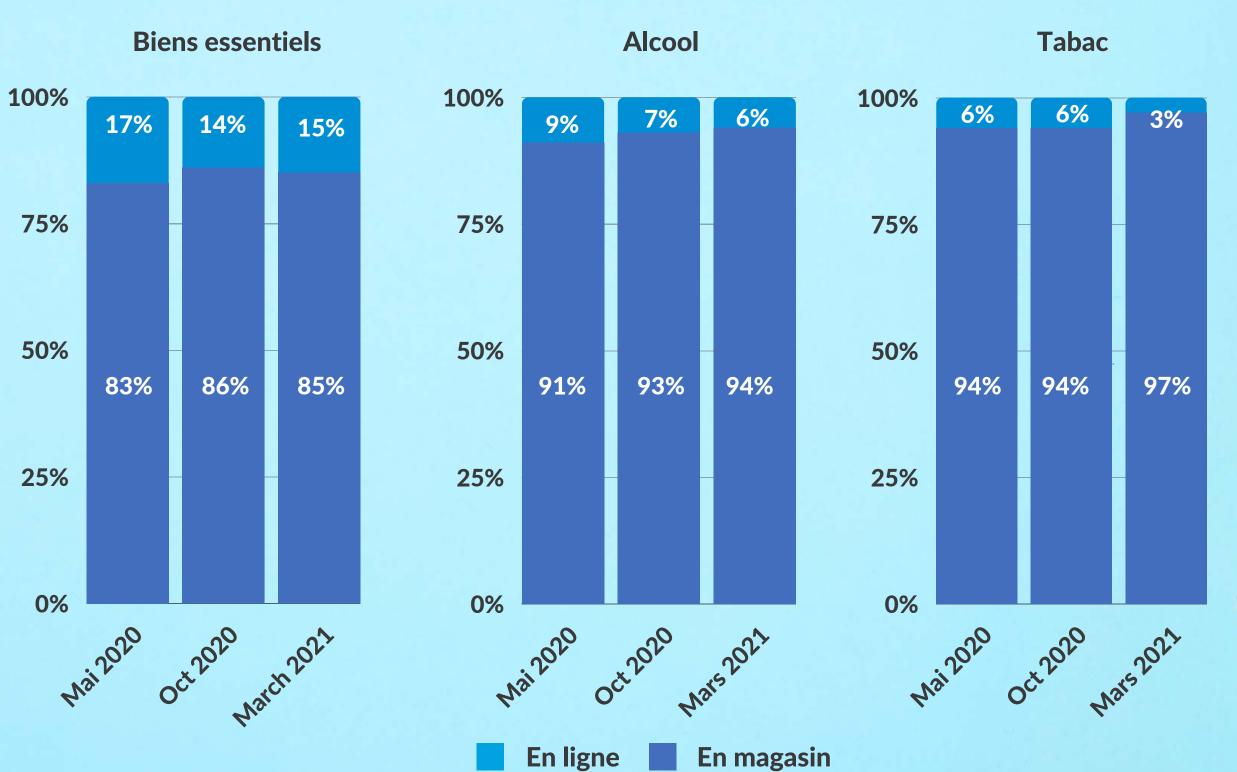
Fait intéressant, dans ce dernier sondage, **25% des répondants** ont affirmé faire plus **d'achats locaux** qu'avant la pandémie.







Les biens essentiels, l'alcool et le tabac continuent à être achetés en magasin de façon prédominante.





### Résultats clés

Le paysage de l'industrie du commerce de détail est changé à jamais. Avec des règles et lois en constante évolution, les restaurants ont innové et les consommateurs ont tiré avantage des nouvelles façons de fréquenter les établissements qu'ils aiment.

Dans cette étude, nous fournirons des perspectives sur les effets à long terme de ces changements, et sur la façon dont les entreprises peuvent rencontrer et dépasser les attentes de leurs clients dans le futur.



Si vous vous arrêtez ici dans la lecture de ce rapport, voici ce que vous devez absolument savoir:

#### • Résultat clé #1: Le confort et la sécurité sont devenus des attentes établies

- Bien que le prix et la commodité reviennent au sommet de la liste, les consommateurs s'attendent toujours à ce que les entreprises offrent un environnement de magasinage sûr et sécuritaire.
- Limiter le nombre de clients, rendre disponibles des lingettes désinfectantes / désinfectant à mains, et s'assurer que les clients portent un masque sont les trois facteurs-clés de confort pour les clients en magasin.
- Les consommateurs ont changé leurs habitudes de magasinage en ce qui concerne les moments choisis pour aller en magasin et le temps qu'ils y passent.

#### • Résultat clé #2: Améliorer le commerce en ligne est un must pour toutes les entreprises - pas seulement les sites de e-commerce

- o Les répondants continuent à rapporter une augmentation du nombre d'achats en ligne faits pendant la dernière année.
- La commande en ligne pour livraison est de façon constante le choix le plus populaire pour placer une commande dans toutes les catégories, à l'exception de la nourriture préparée.
- Une croissance continue est observée dans l'adoption d'alternatives telles que la cueillette en magasin et la livraison, avec une haute fidélité pour les nouveaux services.

#### • Résultat clé #3: Les entreprises ont encore du travail à faire lorsqu'il s'agit de demander l'opinion de leurs clients

- Les répondants rapportent que lorsqu'on leur demande leur opinion, ils la fournissent la plupart du temps.
- o La grande majorité des répondants offrant leur opinion non-sollicitée le font en écrivant leurs commentaires en ligne.
- Le sondage est le mécanisme le plus souvent utilisé pour obtenir l'opinion des clients.







De façon similaire aux comportements des consommateurs pré-Covid, au cours de la dernière année le **prix et la commodité** sont revenus au sommet en termes d'aspects clés considérés comme les plus importants en décidant de visiter un magasin; mais l'**importance de la propreté reste stable**.

Pourcentage de répondants rapportant les aspects qu'ils considèrent extrêmement importants en décidant de visiter un magasin





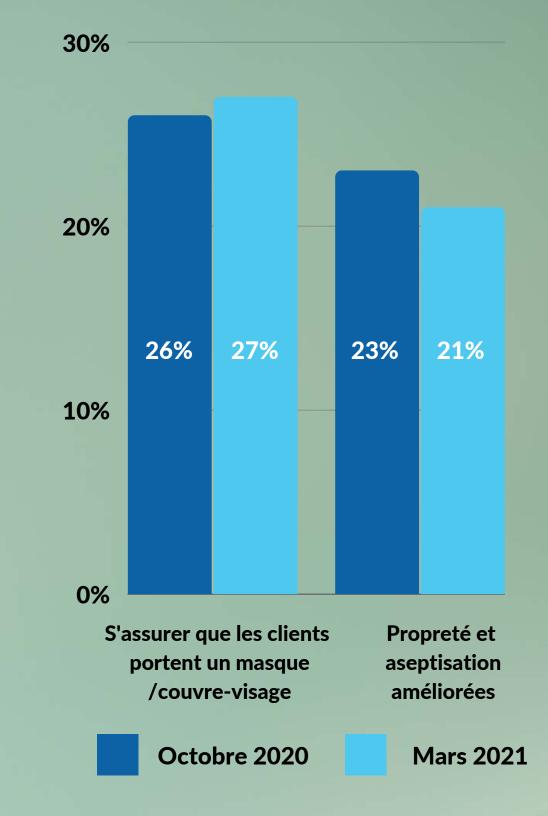
Il y a eu des changements minimes dans les résultats de nos 2 derniers sondages à la question: Quel est le premier changement que vous souhaitez voir les entreprises apporter?

S'assurer que les clients portent un masque et l'amélioration de la propreté restent en tête de liste.

Ceci renforce le fait que les consommateurs continuent à porter attention à la sécurité et aux pratiques de nettoyage.

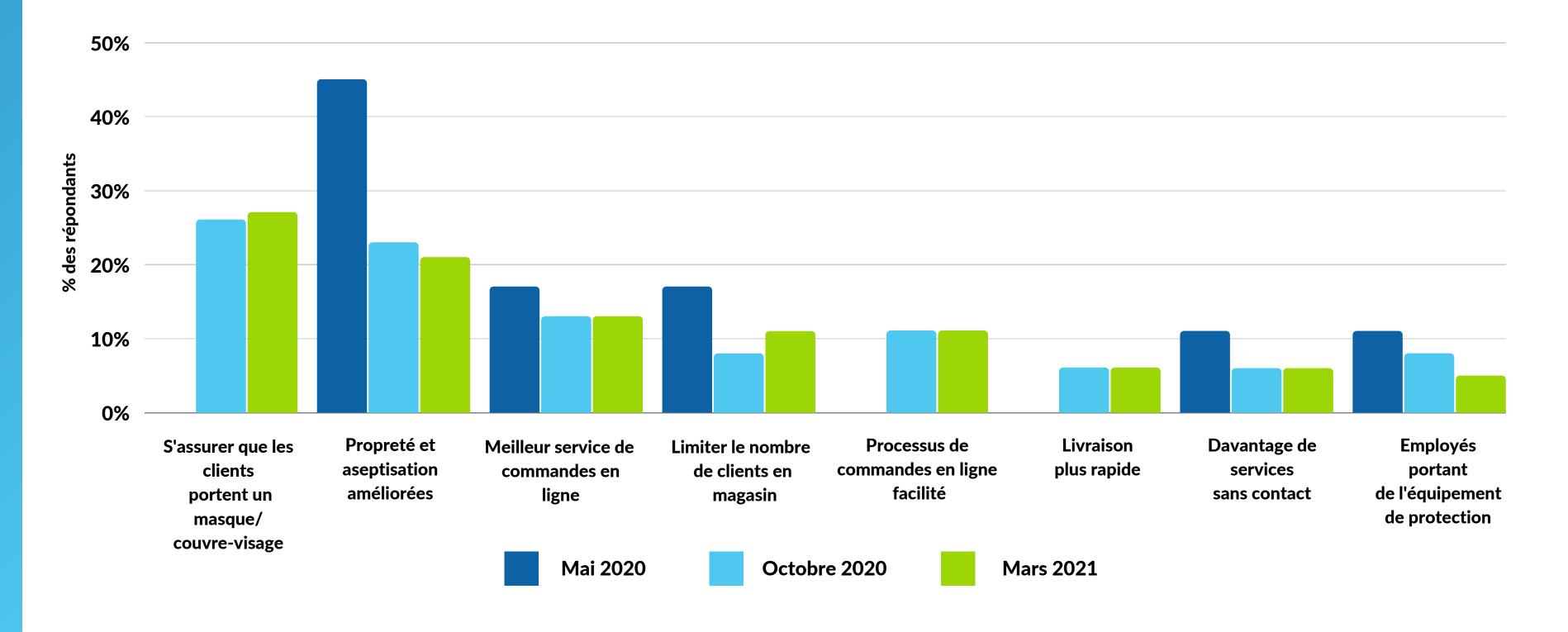
Voir page suivante pour les résultats complets à cette question.

Pourcentage de répondants rapportant le premier changement qu'ils souhaitent voir les entreprises apporter.





### Quel est le premier changement que vous souhaitez voir les entreprises apporter?



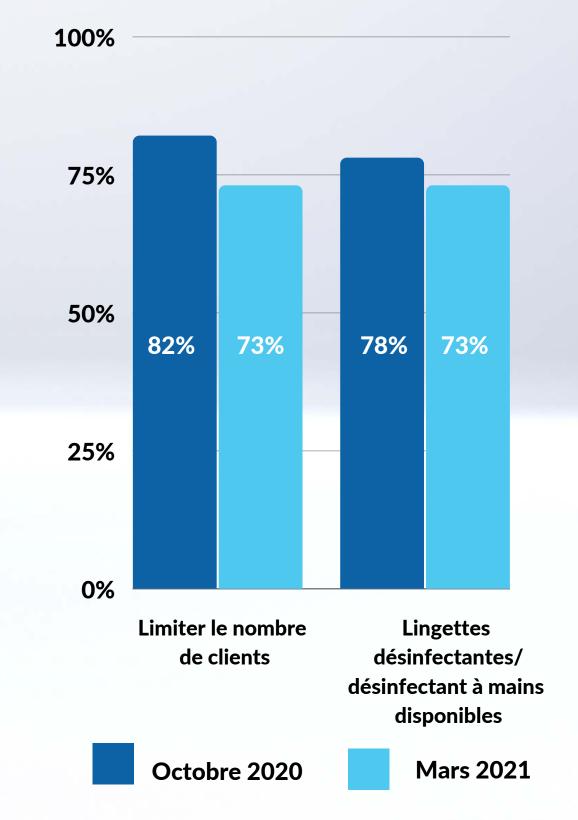


À la question, Quels aspects vous font sentir le plus confortable, les deux mêmes réponses sont montées en tête.

Dans le plus récent sondage, limiter le nombre de clients en magasin a pris la première place en tant que facteur-clé de confort, et la disponibilité de lingettes désinfectantes / désinfectant à mains arrive tout près en seconde place.

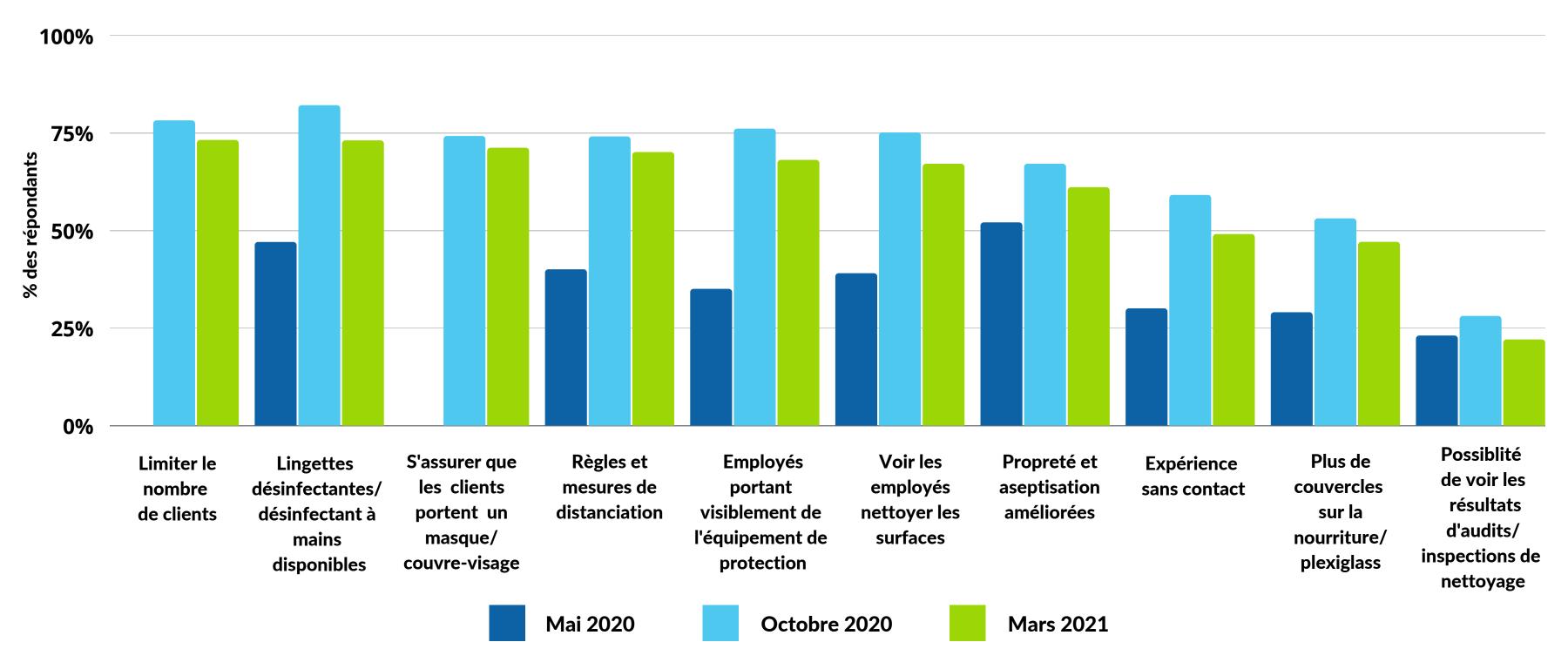
Voir page suivante pour résultats complets à cette question.

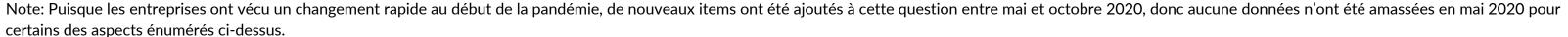
Pourcentage des répondants rapportant les aspects les rendant le plus confortable en entrant dans un magasin





# Lesquels des aspects suivants vous rendraient plus confortable en entrant dans un magasin ou restaurant?



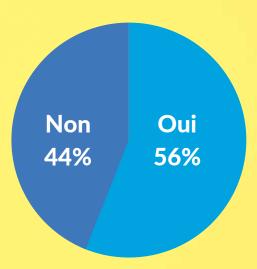




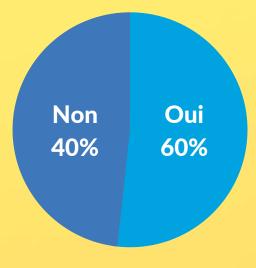
Nous avons aussi observé des changements dans les habitudes de magasinage rapportées par les consommateurs:

- Plus de la moitié des répondants ont affirmé avoir changé leurs heures de visites en magasin à cause de la pandémie
- 60% des répondants ont affirmé qu'ils essaient de compléter plus rapidement leurs achats en magasin qu'avant la pandémie

Avez-vous changé vos heures de visites en magasin pour éviter l'achalandage?



Essayez-vous de compléter vos achats en magasin plus rapidement qu'avant la pandémie afin de passer moins de temps en magasin?

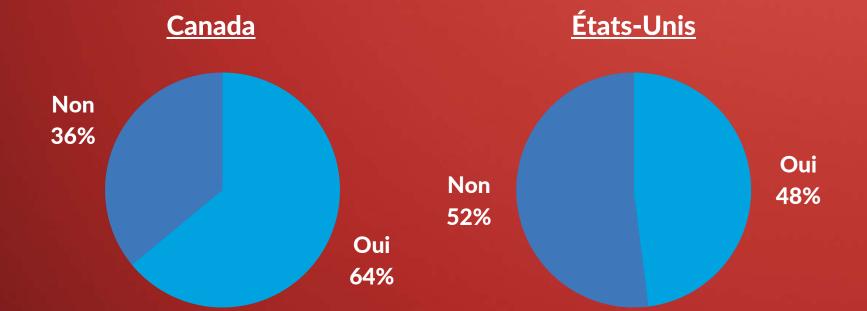




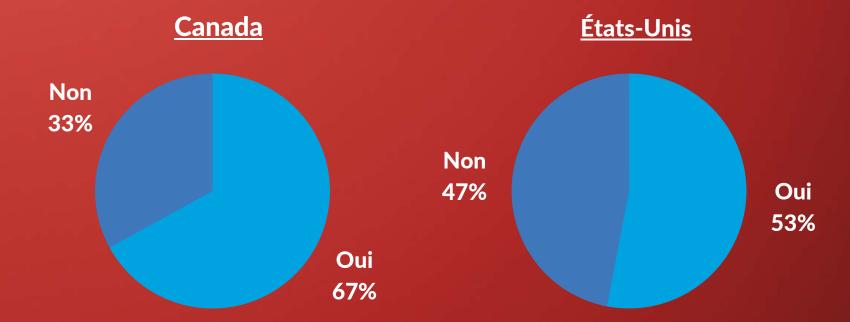


Il est important de noter que cette tendance est encore plus prononcée parmi les répondants Canadiens versus les répondants Américains.

Avez-vous changé vos heures de visites en magasin pour éviter l'achalandage?



Essayez-vous de compléter vos achats en magasin plus rapidement qu'avant la pandémie afin de passer moins de temps en magasin?





Résultat clé #2

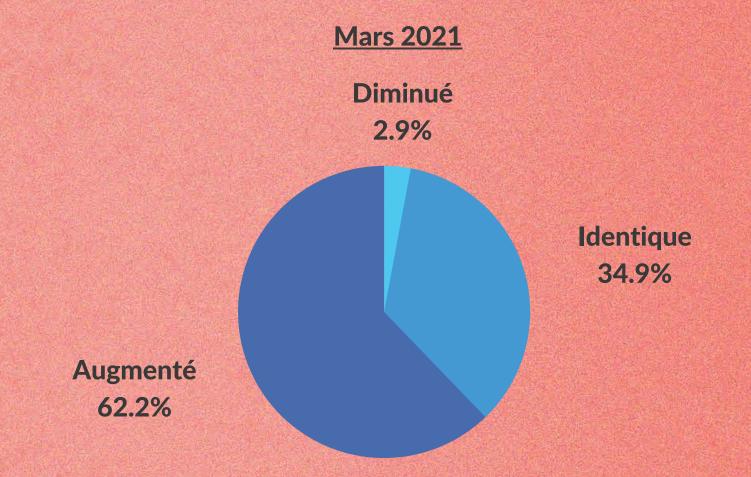
Améliorer le commerce en ligne est un must pour toutes les entreprises - pas seulement les sites de e-commerce

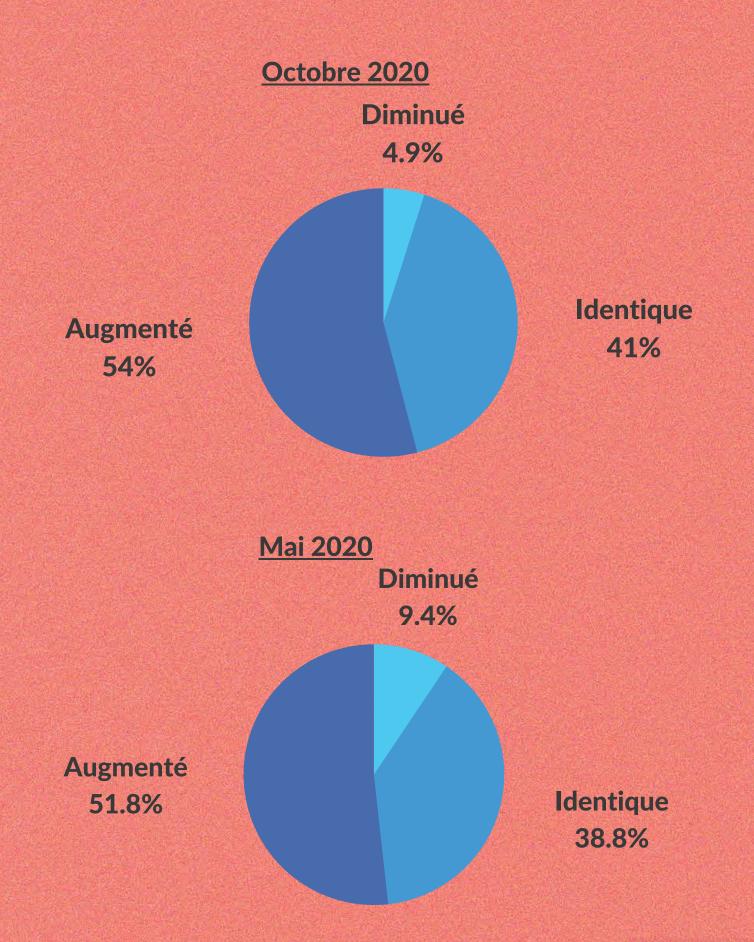




62% des répondants ont rapporté une augmentation dans le nombre d'achats en ligne faits pendant la dernière année, comparativement à 54% l'automne dernier et 51% le printemps précédent.

Le nombre de vos achats en ligne a-t-il augmenté, diminué ou resté identique?



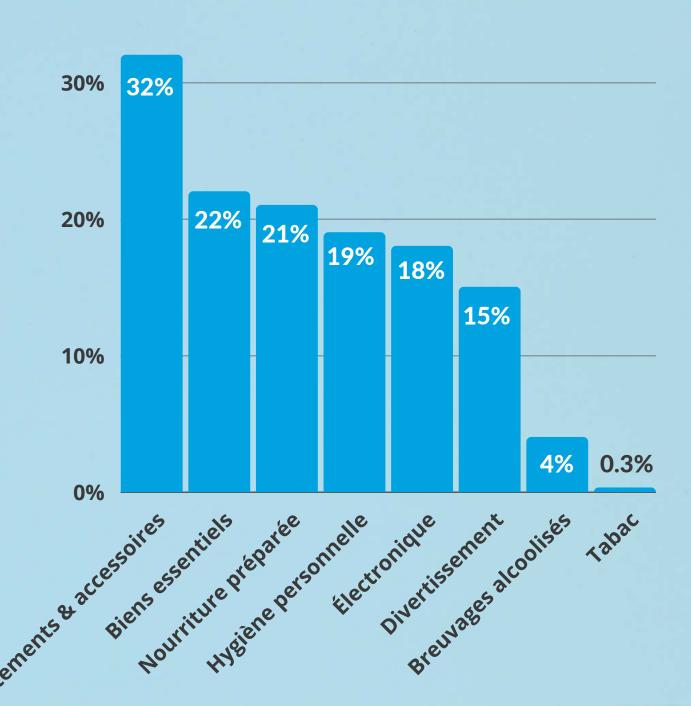




En termes de changements dans les habitudes d'achats, les vêtements et accessoires sont les items que les répondants affirment acheter précédemment en magasin, mais qu'ils achètent maintenant en ligne de façon constante.

Pourcentage des répondants rapportant quels types de produits spécifiques ils achetaient avant en magasin, mais achètent dorénavant toujours en ligne

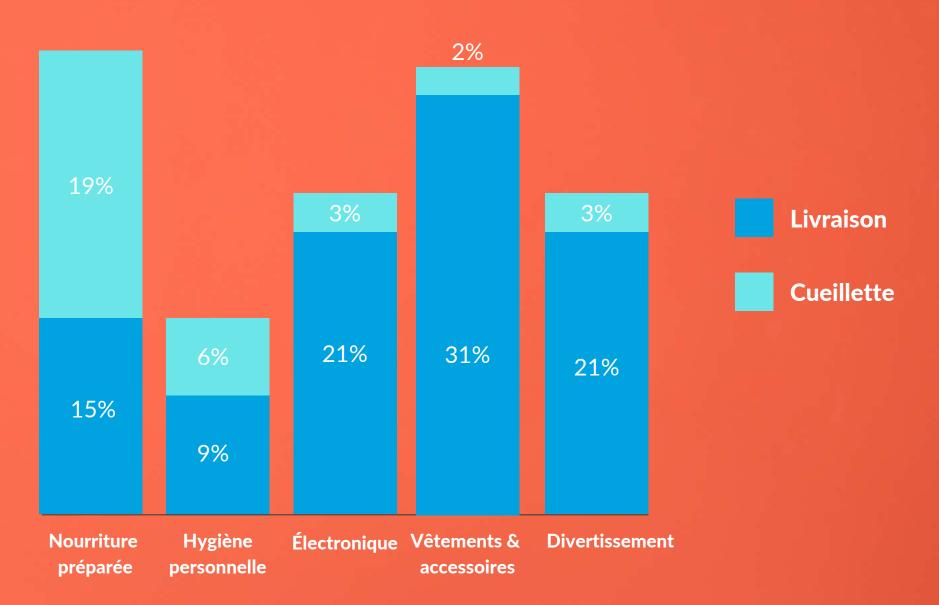






Pour les achats faits en ligne, toutes les catégories de produits ont vu un plus grand nombre de répondants opter pour l'achat en ligne avec livraison plutôt que pour cueillette en magasin, à l'exception de la nourriture préparée.

Pourcentage des répondants rapportant acheter en ligne pour livraison vs cueillette en magasin







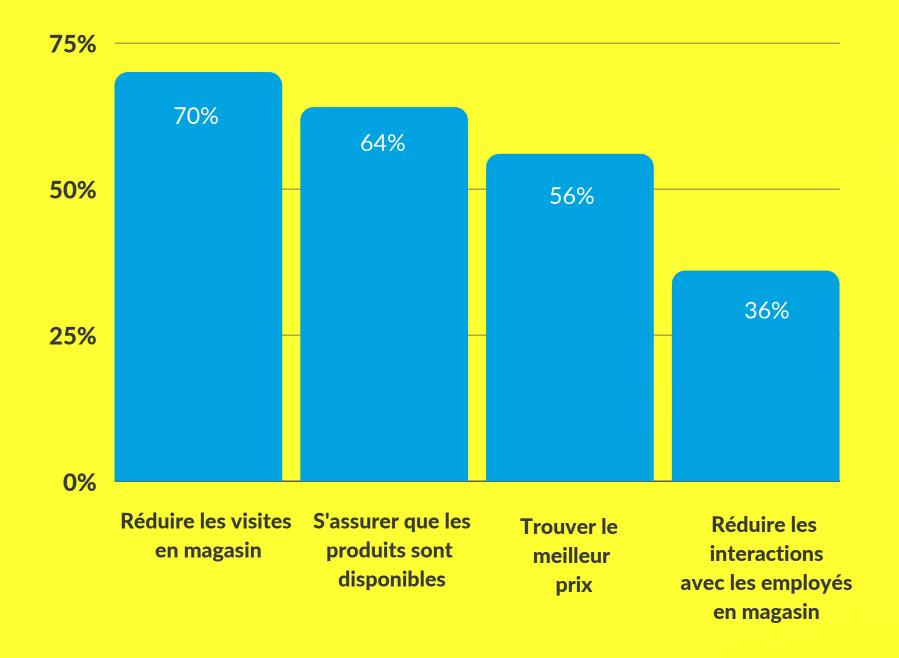
Si vous croyez ne pas avoir à vous préoccuper de vos propriétés numériques parce que vous êtes une entreprise ayant pignon sur rue, pensez-y bien!

48% des répondants ont affirmé passer plus de temps à rechercher sur leurs achats en ligne avant de faire un achat en magasin, versus avant la pandémie.





Et 70% de ces répondants effectuent cette recherche afin de réduire leurs visites à de multiples magasins.

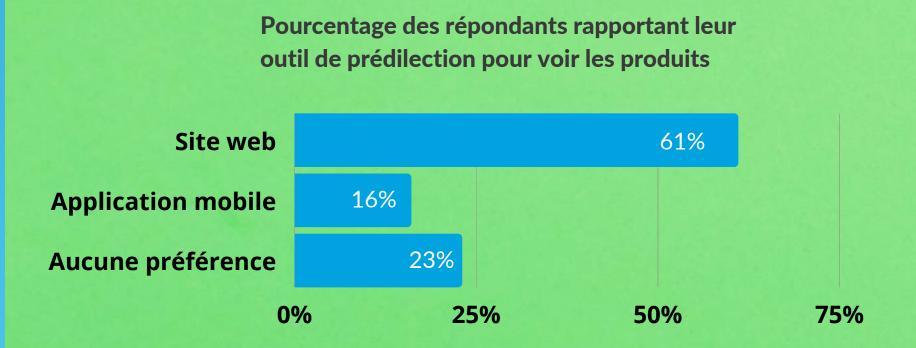




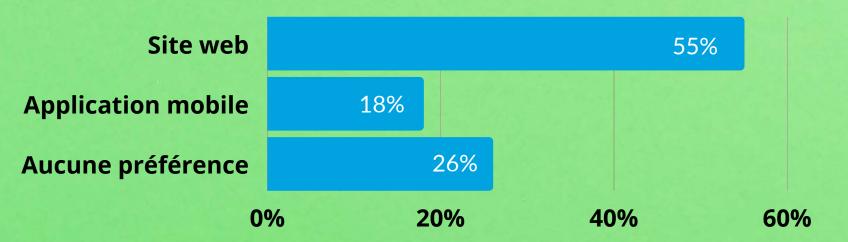


Si vous envisagez d'avoir une application mobile pour votre entreprise, songez aux ressources requises pour construire et maintenir cette application au fil du temps.

La majorité des répondants affirment avoir une **préférence envers le magasinage en ligne sur un site web** vs sur une application mobile, à la fois pour voir les produits et effectuer un achat.



Pourcentage des répondants rapportant leur outil de prédilection pour effectuer un achat





Lorsque divisées par tranches d'âge, les différences clés dans les résultats mettent en lumière l'importance de comprendre la démographie au coeur de votre clientèle.

Si votre base de clients est plus âgée et que vos ressources sont limitées, concentrez-vous à offrir une expérience web plus réactive, plutôt que d'étirer votre équipe à travers deux propriétés numériques.

## Pourcentage des répondants rapportant leur outil de prédilection pour voir les produits

Moins de 20	Site web	60%
	Application mobile	40%
21-30	Site web	51%
	Application mobile	20%
	Aucune préférence	29%
31-40	Site web	47%
	Application mobile	22%
	Aucune préférence	31%
41-50	Site web	53%
	Application mobile	15%
	Aucune préférence	31%
51-65	Site web	67%
	Application mobile	11%
	Aucune préférence	22%
Plus de 65	Site web	81%
	Application mobile	8%
	Aucune préférence	11%

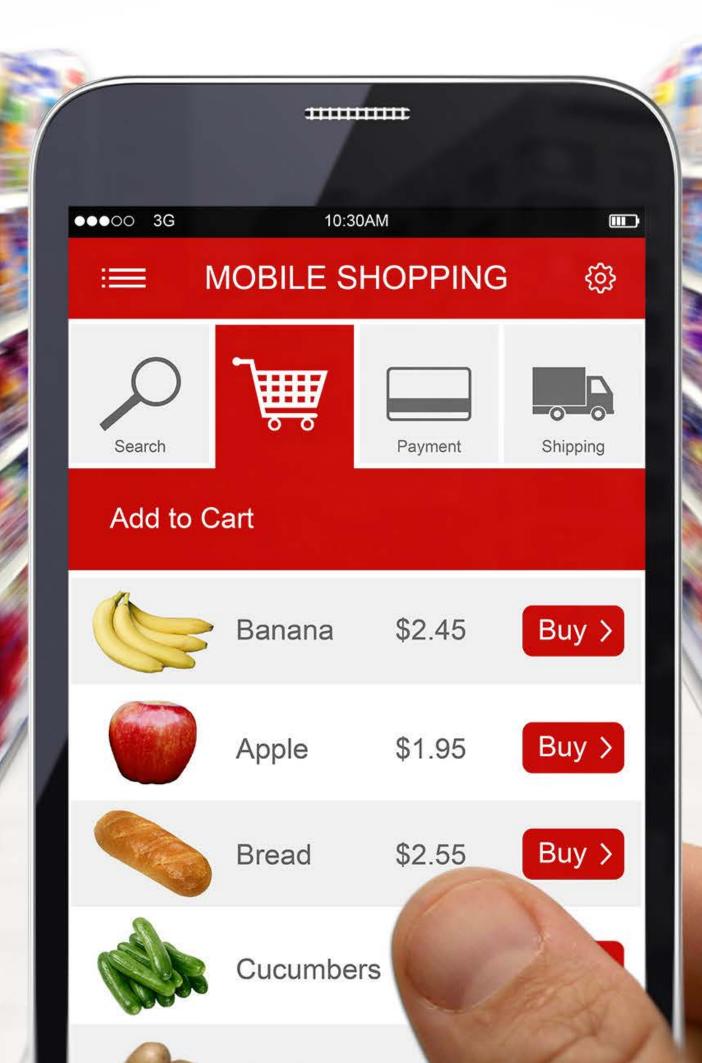
## Pourcentage des répondants rapportant leur outil de prédilection pour effectuer un achat

Moins de 20	Site web	40%
	Application mobile	60%
21-30	Site web	47%
	Application mobile	18%
	Aucune préférence	35%
31-40	Site web	47%
	Application mobile	29%
	Aucune préférence	24%
41-50	Site web	49%
	Application mobile	18%
	Aucune préférence	33%
51-65	Site web	60%
	Application mobile	14%
	Aucune préférence	26%
Plus de 65	Site web	73%
	Application mobile	10%
	Aucune préférence	17%



# Épiceries

En résumé, le nombre de répondants affirmant avoir eu recours aux services alternatifs offerts par les épiceries, tels que la cueillette en magasin à l'extérieur ou la livraison est en hausse de 5% depuis l'automne dernier, passant de 39% à 44%.





# Épiceries

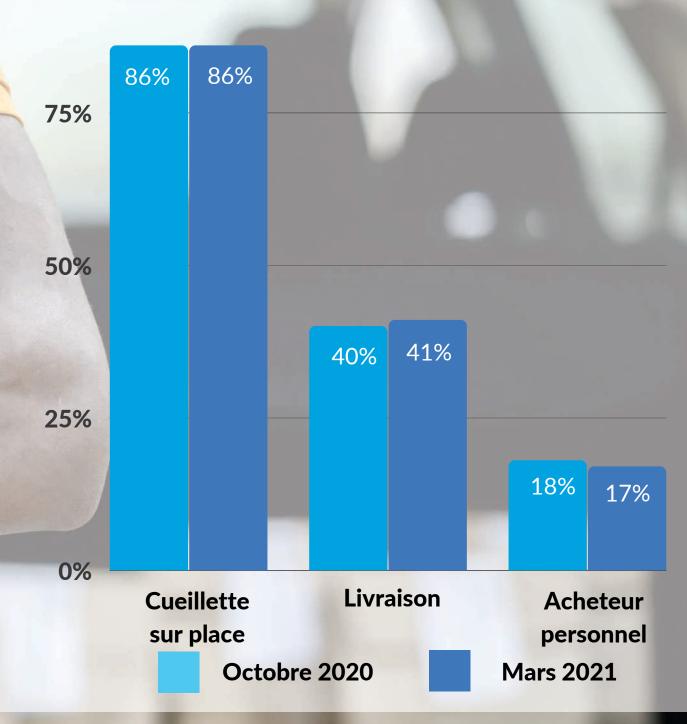
CURBSIDE

Parmi ceux ayant utilisé ces services, 80% affirment qu'ils continueront à les utiliser dans le futur, exactement comme en octobre 2020.

La cueillette sur place continue à mener en termes d'adoption de ces services alternatifs.

Pourcentage des répondants rapportant leur méthode de magasinage alternative préférée

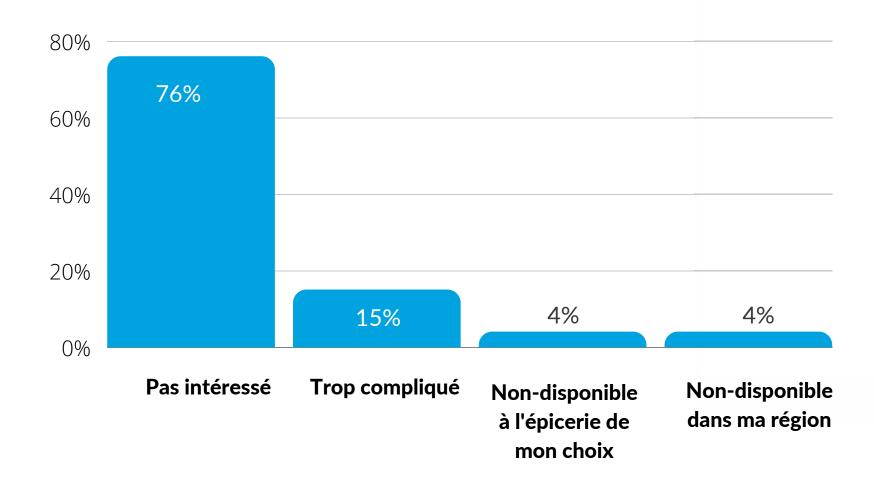
100%





# Épiceries

Parmi le 56% des répondants affirmant ne pas avoir utilisé les méthodes alternatives, 77% ont indiqué n'être tout simplement pas intéressés, suivis de 15% indiquant que c'est trop compliqué.





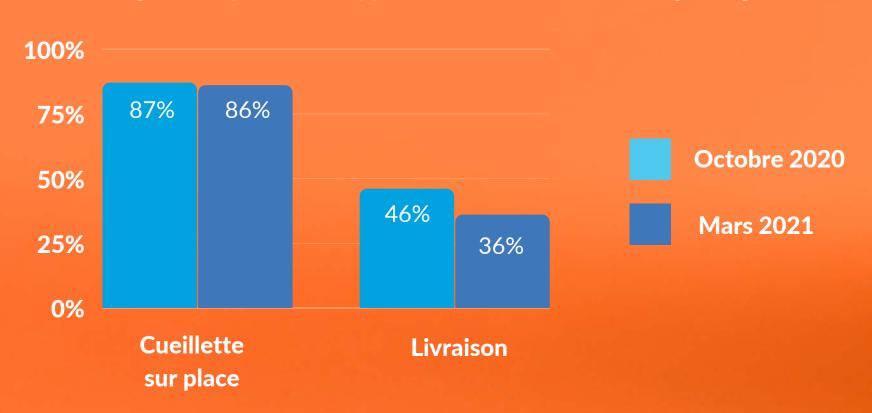


En résumé, le nombre de répondants indiquant avoir utilisé les services "de dernier recours", tels que la cueillette sur place ou la livraison, offerts par les dépanneurs est en hausse de 5% depuis l'automne dernier, passant de 19% à 24%.



85% de ces clients ayant adopté tôt ces services rapportent qu'ils continueront à les utiliser, comparativement à 86% l'automne dernier, et la cueillette sur place continue à mener en termes d'adoption de ces services alternatifs.

Pourcentage des répondants rapportant leur méthode de magasinage alternative préférée

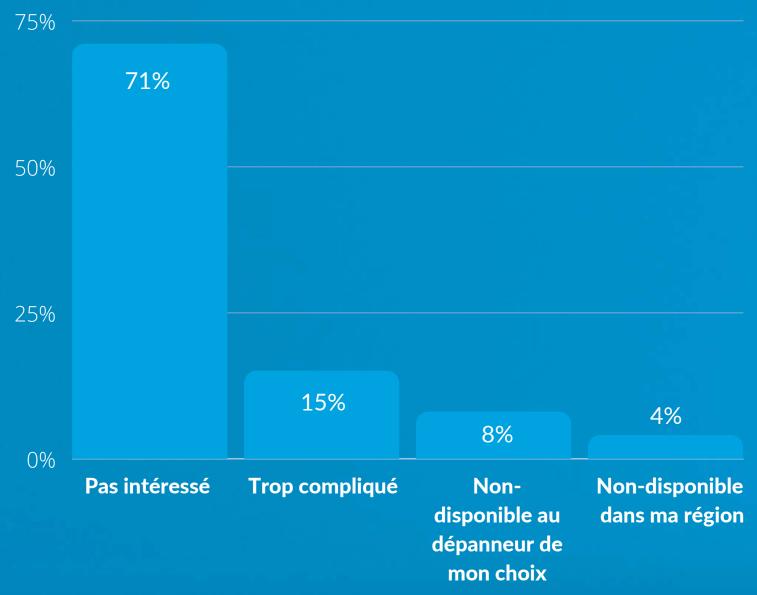








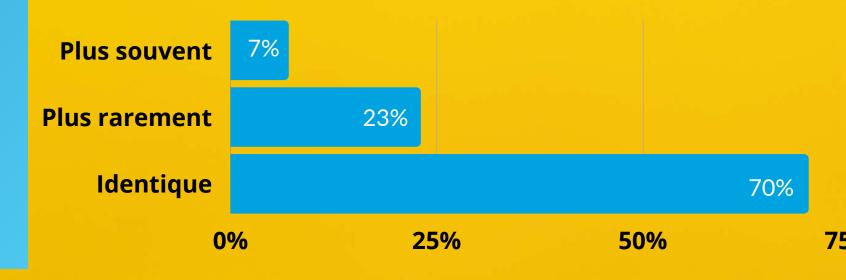
Parmi le 76% de répondants rapportant ne pas avoir utilisé les méthodes alternatives, 71% ont indiqué qu'ils ne sont simplement pas intéressés, suivis par 15% indiquant que c'est trop compliqué.





Pour les gens qui achètent des produits à usage restreint, tels que l'alcool, le tabac ou la loterie, seulement 7% des répondants rapportent avoir été "cartés" plus fréquemment qu'avant la pandémie

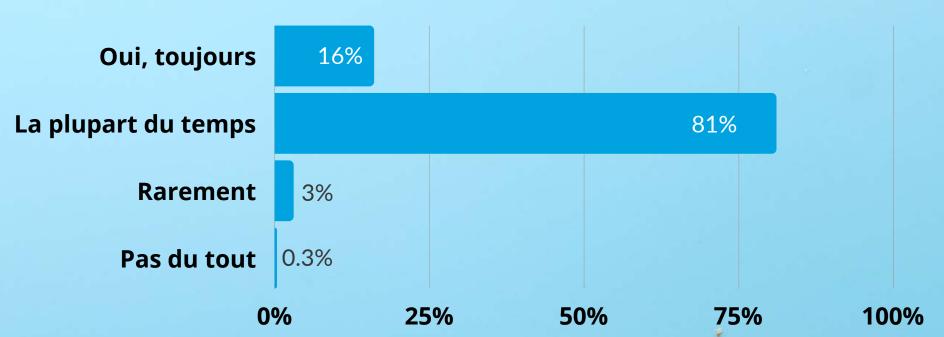
Pourcentage des répondants indiquant s'ils ont vu un changement de la fréquence à laquelle ils sont "cartés"





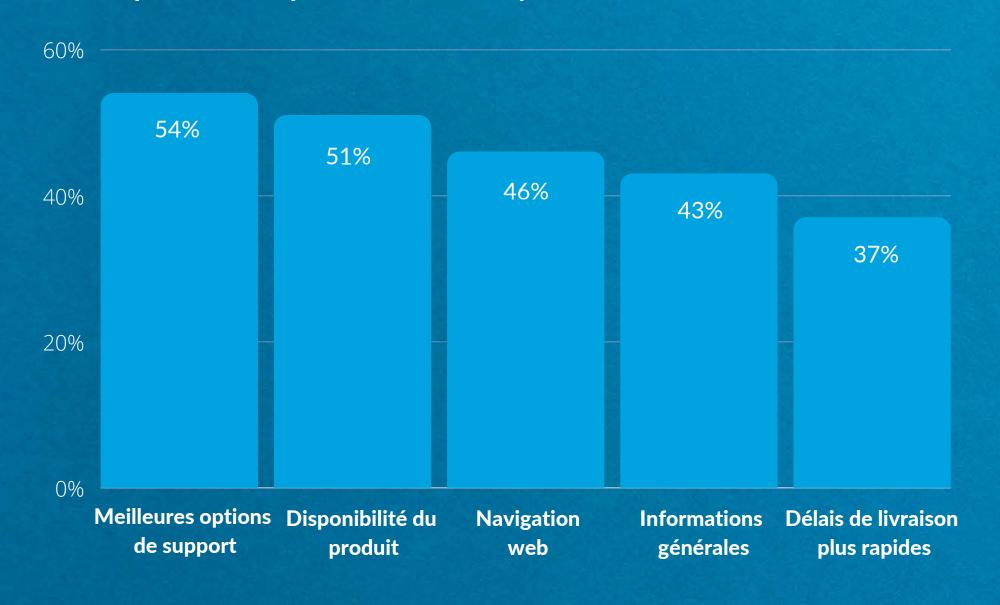
97% des répondants affirment être satisfaits de leurs expériences d'achats en ligne la majorité du temps ou tout le temps.







Lorsqu'on leur demande ce qui pourrait avoir amélioré leur expérience, 54% des répondants ont indiqué souhaiter de meilleures options de support, suivi par la disponibilité du produit voulu, à 51%.

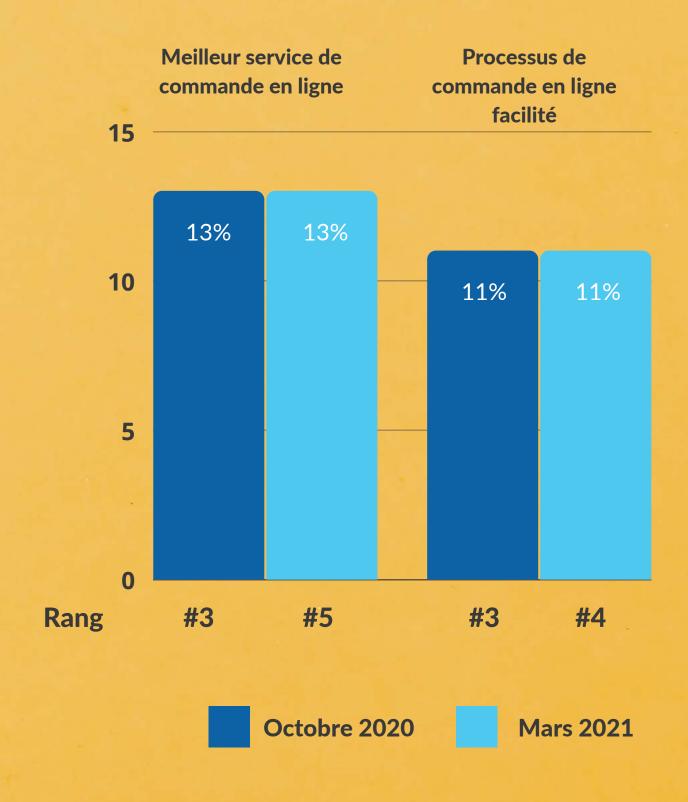




Bien que la majorité des répondants ait indiqué être satisfaits de leur expérience globale d'achat en ligne, ne perdez pas de vue le fait que, lorsque questionnés sur le changement numéro un que les répondants voudraient voir les entreprises apporter,

- un meilleur service de commande en ligne &
- un processus de commande en ligne facilité

se classaient au top 5 dans les 2 sondages les plus récents.





## Résultat clé #3

Les entreprises ont encore du travail à faire en ce qui concerne la demande d'opinions à leurs clients





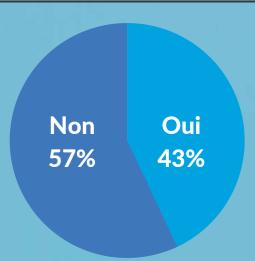
# Quand il s'agit de demander de façon constante l'opinion de leurs clients, les entreprises ont encore du travail à faire.

Pourcentage des répondants rapportant qu'on leur a demandé leur opinion lors d'une expérience récente

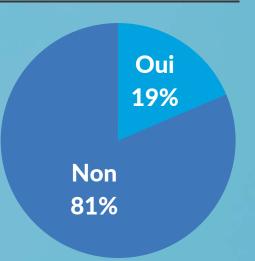
Achat en magasin / interaction de service



Achat en ligne / interaction de service



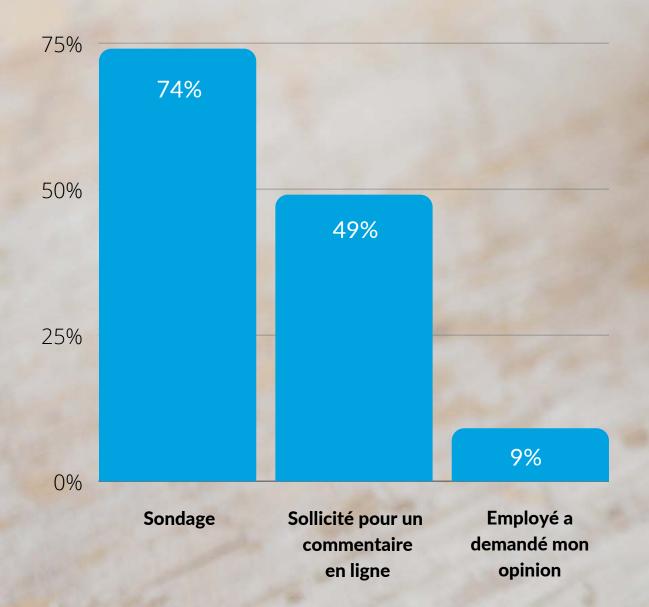
Achat par téléphone / interaction de service





Les sondages sont en tête du peloton en termes de méthode la plus souvent utilisée pour soliciter l'opinion de la clientèle

Pourcentage des répondants rapportant de quelle façon l'entreprise avec laquelle ils ont interagi a sollicité leur opinion



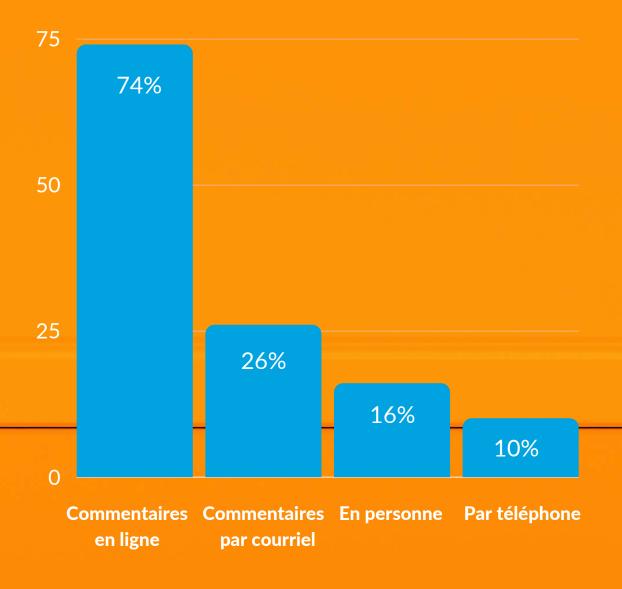


80% de nos répondants ont rapporté avoir donné leur opinion lorsque sollicités.



Du nombre de personnes n'ayant pas été sollicité pour leur opinion, mais l'ayant quand même fournie, 74% ont fourni leur opinion en ligne.

Pourcentage des répondants rapportant la méthode utilisée pour fournir leur opinion non-sollicitée







# Le prochain chapitre

Après un an à faire face tous ensemble à cette pandémie mondiale, nous espérons que cette crise tire à sa fin.

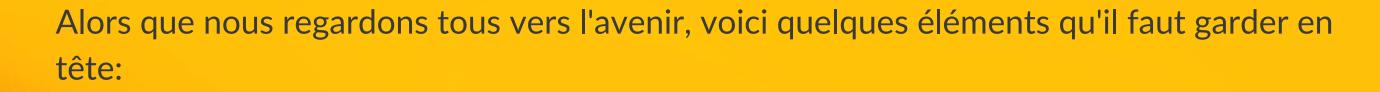
Bien qu'il y aura certainement des hauts et des bas pour plusieurs entreprises, voici les certitudes que nous avons:

- Les besoins des consommateurs continuent à s'écarter des besoins fondamentaux vers un retour aux besoins pré-Covid, tels que la commodité et l'emplacement.
- Alors que les consommateurs communiquent de différentes façons avec les entreprises depuis un an, ces habitudes sont maintenant établies et sont là pour rester.
- Il y a des opportunités pour toutes les entreprises de communiquer avec leurs clients de façon plus significative pour comprendre ce que les clients apprécient le plus de leur marque.









- Les consommateurs s'attendent et continueront à s'attendre à ce que vous leur faites vivre une expérience sûre, sécuritaire et dans la propreté;
- Il faut comprendre de quelle façon les habitudes de vos clients ont changé et ajuster vos pratiques pour mieux rencontrer leurs besoins;
- Continuez à **investir dans vos propriétés numériques** et tirez profit de la technologie disponible pour aider vos clients en ligne et en magasin;
- Les méthodes alternatives de magasinage sont là pour rester interrogez vos clients pour mieux comprendre quelles options fonctionnent mieux pour eux;
- Donnez à vos clients un endroit où fournir leur opinion- ne les laissez pas à euxmêmes, ils propageront leur opinion partout sur Internet.

Bien que le prix et la commodité soient à nouveaux de la plus haute importance pour les consommateurs, les nouvelles attentes établies cette année ne disparaîtront pas. Facilitez la communication avec vous pour vos clients à chaque étape de leur expérience - laquelle débute avant qu'ils mettent pied dans votre magasin - et vous serez sur la bonne voie pour gagner des clients à vie.

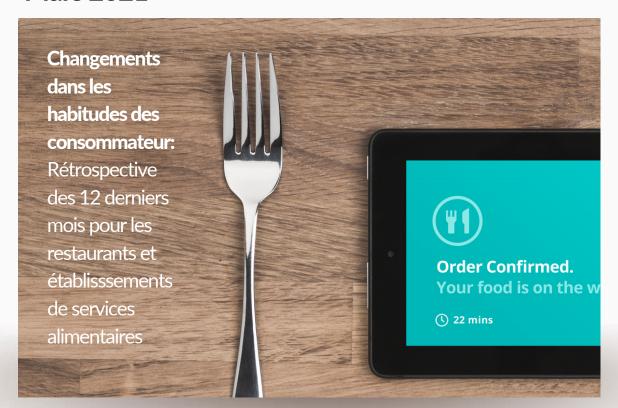






## Consultez nos autres rapports

## Mars 2021



## Mai 2020

- Changements dans les habitudes des consommateurs: Une étude-terrain sur le futur du Commerce de détail
- Changements dans les habitudes des consommateurs: Regard approfondi sur les Restaurants et Établissements de services alimentaires
- Changements dans les habitudes des consommateurs: Implications pour les Dépanneurs et Stations-service

## Octobre 2020

- Changements dans les habitudes des consommateurs: Une comparaison sur 6 mois de l'évolution du commerce de détail
- Changements dans les habitudes des consommateurs: Pour le futur, apprentissages pour les restaurants et établissements de services alimentaires
- Changements dans les habitudes des consommateurs: Une analyse sur 6 mois des implications pour les Dépanneurs et Stations-service

Pour télécharger les rapports précédents, visitez: <a href="www.intouchinsight.com/consumer habits reports">www.intouchinsight.com/consumer habits reports</a>



# À propos de nous

Chez Intouch Insight, notre mission est de permettre aux entreprises d'accumuler des perspectives menant à l'amélioration et influençant leurs résultats. Bien que beaucoup de choses ont changé pendant nos 40 années en affaires, notre mission principale demeure inchangée.

Nous nous positionnons comme leaders en tant que fournisseur de logiciels et services, offrant une solution intégrée qui permet à nos clients d'écouter leur clientèle, d'interpréter les résultats, et de créer des plans d'actions afin d'aligner leurs opérations face aux attentes de la clientèle.

En profitant de notre vaste expertise et de notre plateforme électronique flexible, nos clients ont tous les atouts en main pour ravir leur clientèle et améliorer leurs résultats.



**Veuillez prendre note**: Pour des éléments de sondage additionnels et perspectives sur les données, veuillez contacter letschat@intouchinsight.com.



### Bureaux

#### Ottawa

400 March Road Ottawa, ON, Canada K2K 3H4

## Montréal

2963 Joseph A. Bombardier Laval, QC H7P 6C4

## Charlotte

1061 Red Ventures Drive, Suite 175 Fort Mill, SC 29707

## Pour nous joindre:

1-800-263-2980 poste 1 letschat@intouchinsight.com intouchinsight.com