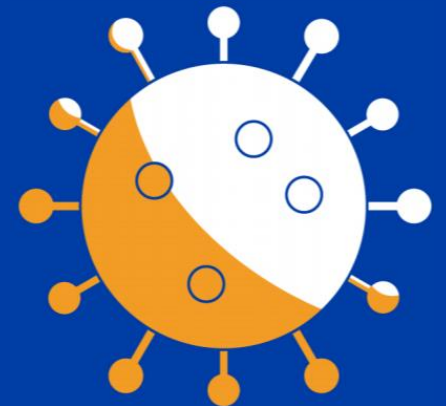


Les quincailleries au temps de la COVID-19

**Les Québécois se prononcent sur la performance des
quincailleries dans la gestion de la COVID-19**



Contexte et méthodologie

Contexte

Lanla a lancé un sondage auprès de sa cohorte de clients mystère afin de mesurer leurs comportements de fréquentation et d'achat ainsi que leur perception des actions prises par les quincailleries dans le contexte actuel de la COVID-19.

Collecte de données

Collecte sur le Web, du 10 au 12 juin 2020 auprès de notre cohorte de clients mystère.

Répondants

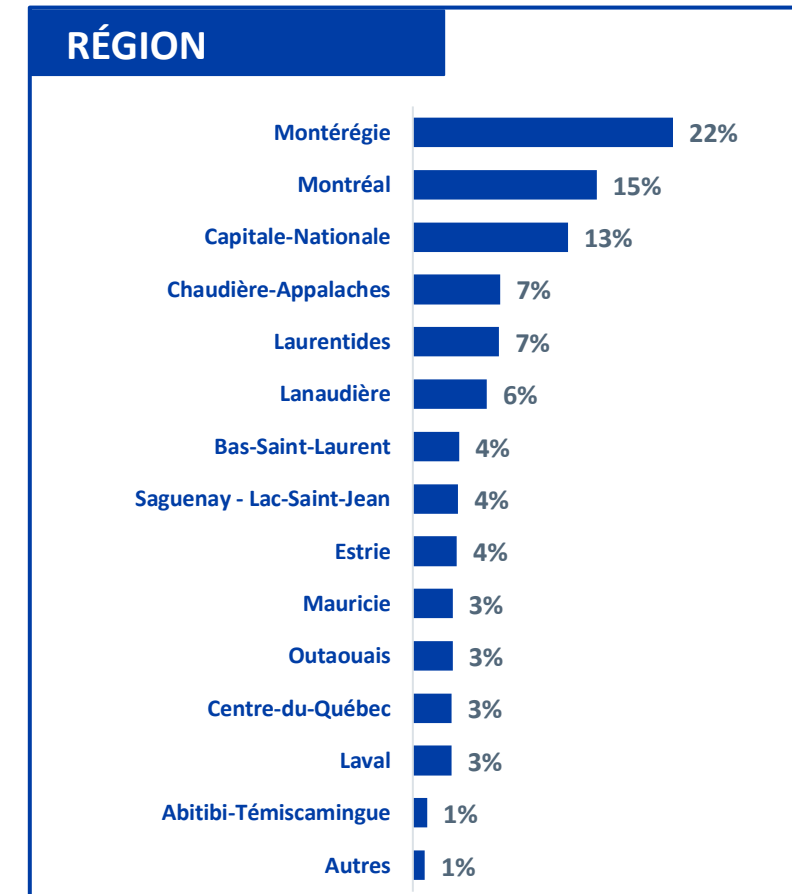
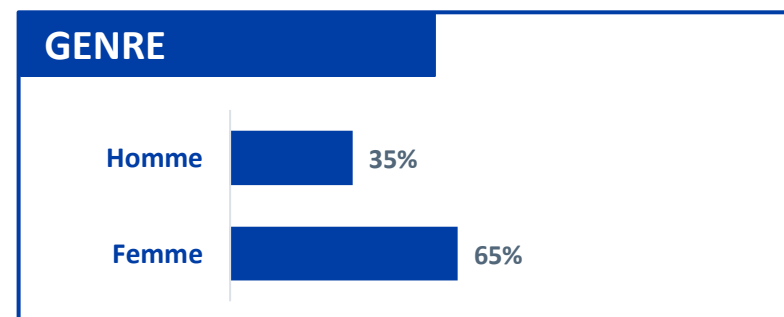
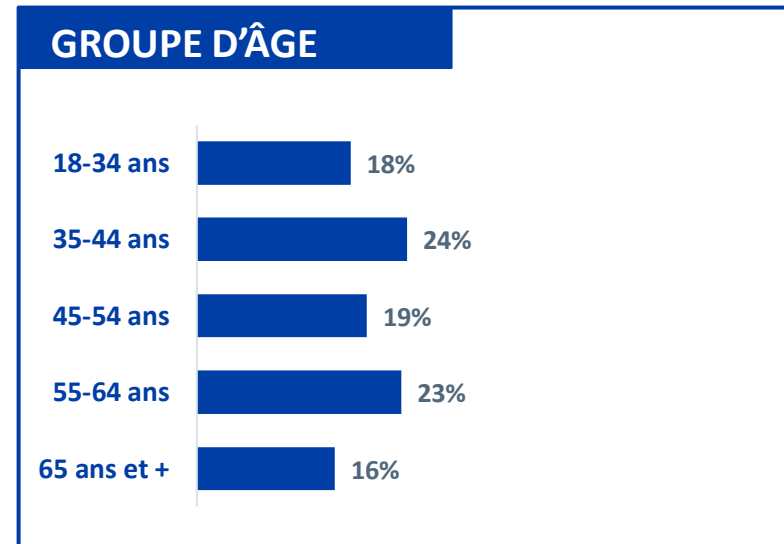
1 080 Québécois âgés de 18 ans et plus.

Échantillon

Compte tenu du caractère non probabiliste de l'échantillon, le calcul de la marge d'erreur ne s'applique pas.

Le genre masculin a été utilisé dans le but d'alléger le texte.

Profil des répondants



Base : n=1 080 répondants

La somme des résultats présentés peut ne pas égaier 100 %, car les pourcentages ont été arrondis.

Les quincailleries au temps de la COVID-19

Les chiffres clés

49 %

des répondants ont **fréquenté autant ou plus souvent les quincailleries en personne** depuis le début de la situation de la COVID-19.

93 %

des répondants sont **satisfaits des mesures préventives mises en place par leur quincaillerie de choix**.

35 %

des répondants qui font des commandes en ligne ou par téléphone à leur quincaillerie **pensent en faire plus souvent suite à la crise**.

53 %

des répondants anticipent des changements dans les quincailleries suite à la situation de la COVID-19, dont **le maintien des mesures sanitaires à l'entrée et des mesures de distanciation sociale**.



CE QU'IL FAUT RETENIR :

Depuis le début de la situation de la COVID-19, on constate tout de même que près de la moitié des répondants fréquentent autant ou plus souvent les quincailleries en magasin. Bien que la majorité des répondants continuent à faire leurs achats en personne, la clientèle qui commande en ligne ou par téléphone le fait également plus fréquemment depuis le début de la situation de la COVID-19. D'ailleurs, les habitudes prises par rapport à la commande en ligne ou par téléphone (moyen de commande minoritaire par rapport à la commande en ligne) pourraient se maintenir au détriment de la fréquentation des quincailleries en magasin.

Dans l'ensemble, les répondants sont satisfaits des mesures d'hygiène et de distanciation sociale mises en place ainsi que des communications faites par leurs quincailleries de choix pour les tenir informés de la gestion de la situation de la COVID-19. Toutefois, il est intéressant de constater que la manière dont les quincailleries ont géré la situation de la COVID-19 a tout de même été un facteur de changement de quincaillerie de choix depuis le début de la situation de la COVID-19. Les clients s'attendent d'ailleurs à voir perdurer certaines de ces mesures suite à la pandémie, que ce soit la distanciation sociale ou la présence de services sanitaires à l'entrée des commerces.

Il est intéressant de constater que si les répondants semblent confiants dans les mesures mises en place par les quincailleries et le respect de ces mesures par les employés, ils expriment plus d'inquiétudes quant au respect des mesures sanitaires par les autres clients. Il pourrait donc être judicieux pour les quincailleries de déployer plus d'efforts visant à l'éducation des clients dans la perspective de l'après COVID-19.

Les quincailleries au temps de la COVID-19

Habitudes de fréquentation

Constats additionnels

49 %

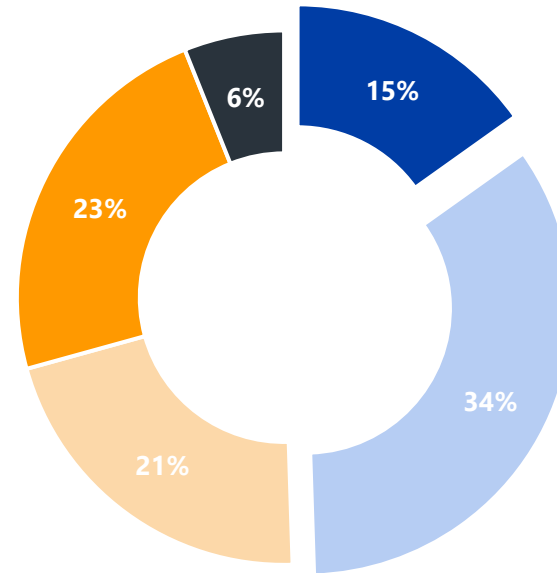
des répondants **fréquentent autant ou plus souvent les quincailleries en personne** depuis le début de la situation de la COVID-19.

Les Baby boomers

sont plus nombreux à faire moins fréquemment leurs achats en personne dans les quincailleries.

Changements des habitudes de fréquentation

depuis le début de la situation de la COVID-19



- Plus fréquemment
- Cela n'a pas changé
- Un peu moins fréquemment
- Beaucoup moins fréquemment
- Je ne suis pas allé dans une quincaillerie EN PERSONNE depuis le début de la situation de la Covid-19

Base : n=1 080 (Tous les répondants)

La somme des résultats présentés peut ne pas égaler 100 %, car les pourcentages ont été arrondis.

Q : Par rapport à vos habitudes d'avant la situation de la Covid-19, allez-vous plus ou moins fréquemment à la quincaillerie EN PERSONNE?

Constats additionnels

Limiter ses déplacements

La majorité des répondants qui se rendent moins souvent ou qui ne vont pas en quincaillerie cherchent avant tout à limiter leurs déplacements à l'extérieur du domicile.

Respect des mesures par les autres clients

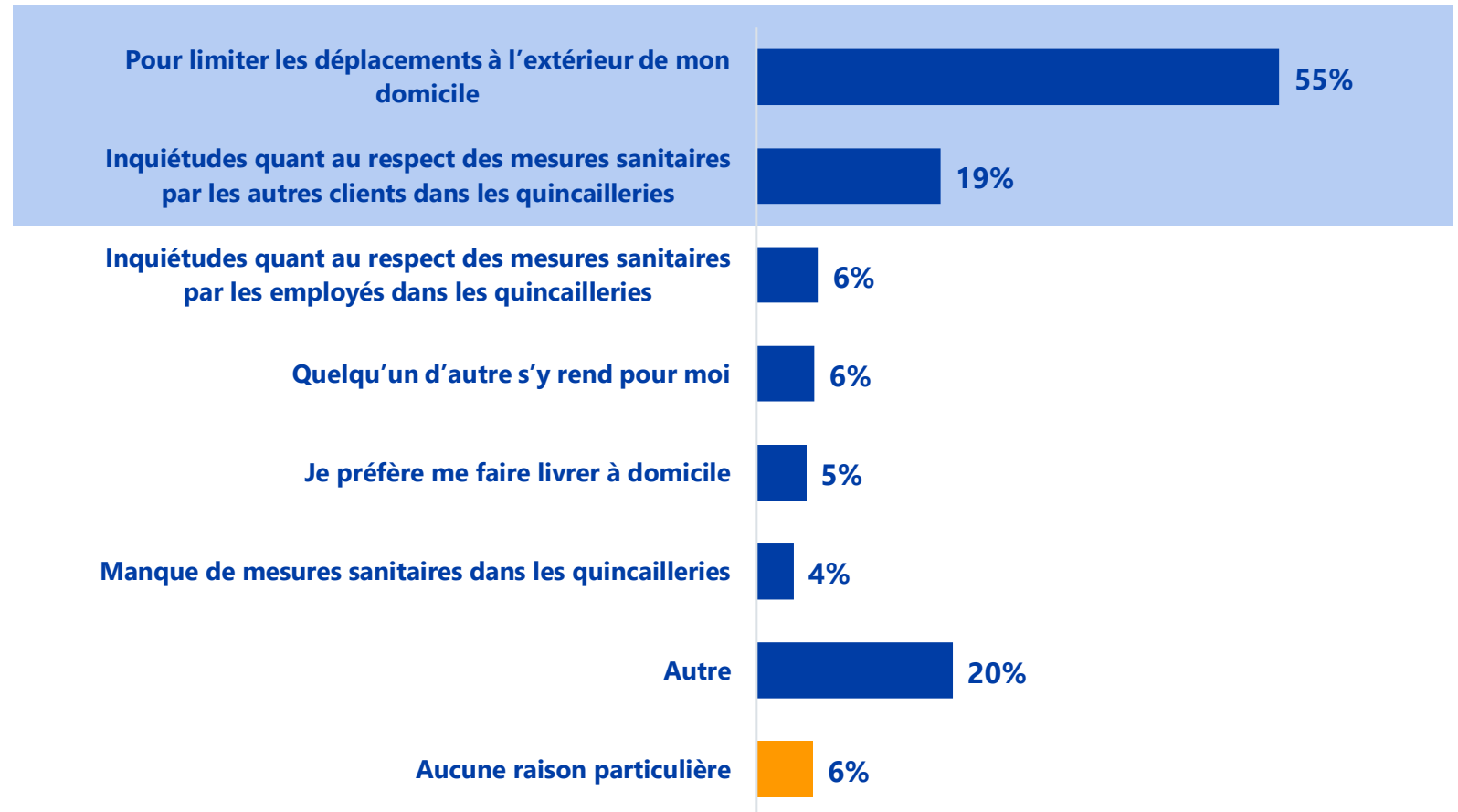
Près d'un répondant sur 5 a également exprimé des inquiétudes quant au respect des mesures sanitaires, mais les répondants sont plus inquiets du respect des mesures de la part des autres clients que des employés ou du manque de mesures sanitaires en général.

La longueur des files d'attente

a été la principale autre raison mentionnée par les répondants pour justifier leur baisse de fréquentation des quincailleries.

Raisons de ne pas fréquenter les quincailleries ou d'y aller moins souvent

depuis le début de la situation de la COVID-19



Base : n=547 (Répondants n'ayant pas fréquenté ou fréquenté moins souvent les quincailleries en personne)

Q : Pour quelles raisons principales n'êtes-vous pas allé ou allé moins fréquemment à la quincaillerie EN PERSONNE depuis le début de la situation de la Covid-19?

Constats additionnels

37 %

des répondants n'ont jamais **commandé en ligne ou par téléphone dans les quincailleries.**

95 %

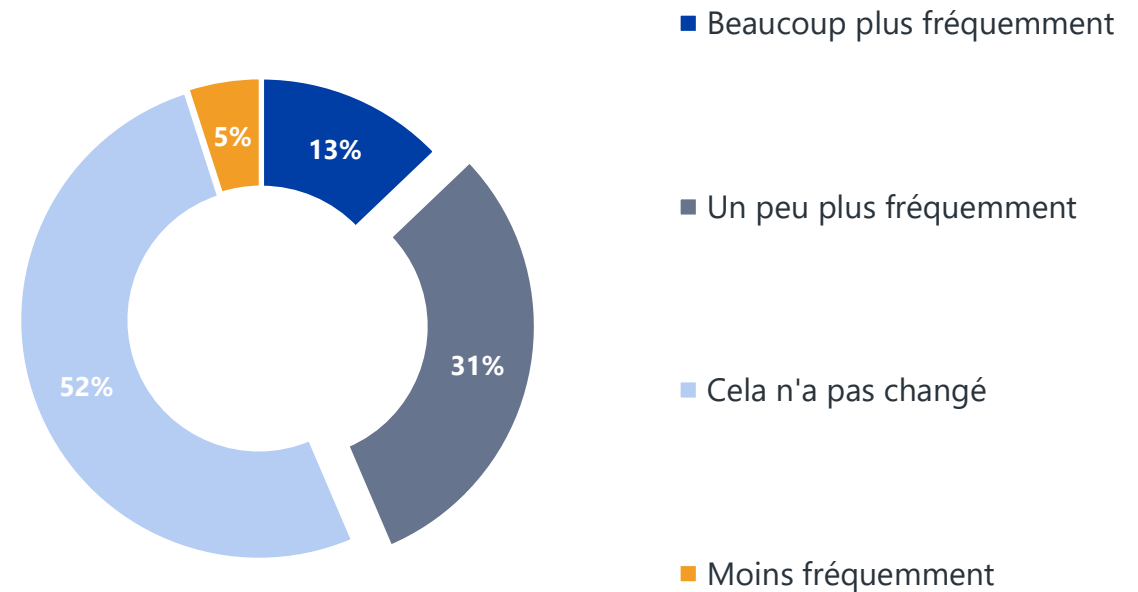
des répondants qui ont déjà commandé en ligne ou par téléphone dans les quincailleries indiquent le faire **autant ou plus souvent depuis le début de la situation de la COVID-19.**

Les Milléniaux

sont plus nombreux à commander plus fréquemment en ligne ou par téléphone dans les quincailleries depuis le début de la situation de la COVID-19.

Changements des habitudes de commande en ligne ou par téléphone

depuis le début de la situation de la COVID-19



Base : n=684 (Les répondants effectuant des commandes en ligne ou par téléphone)
La somme des résultats présentés peut ne pas évaluer 100 %, car les pourcentages ont été arrondis.

Q : Par rapport à vos habitudes d'avant la situation de la Covid-19, commandez-vous plus ou moins fréquemment en ligne ou par téléphone dans les quincailleries, que ce soit pour la livraison ou la cueillette en magasin?

Constats additionnels

Le processus de livraison et de commande en ligne

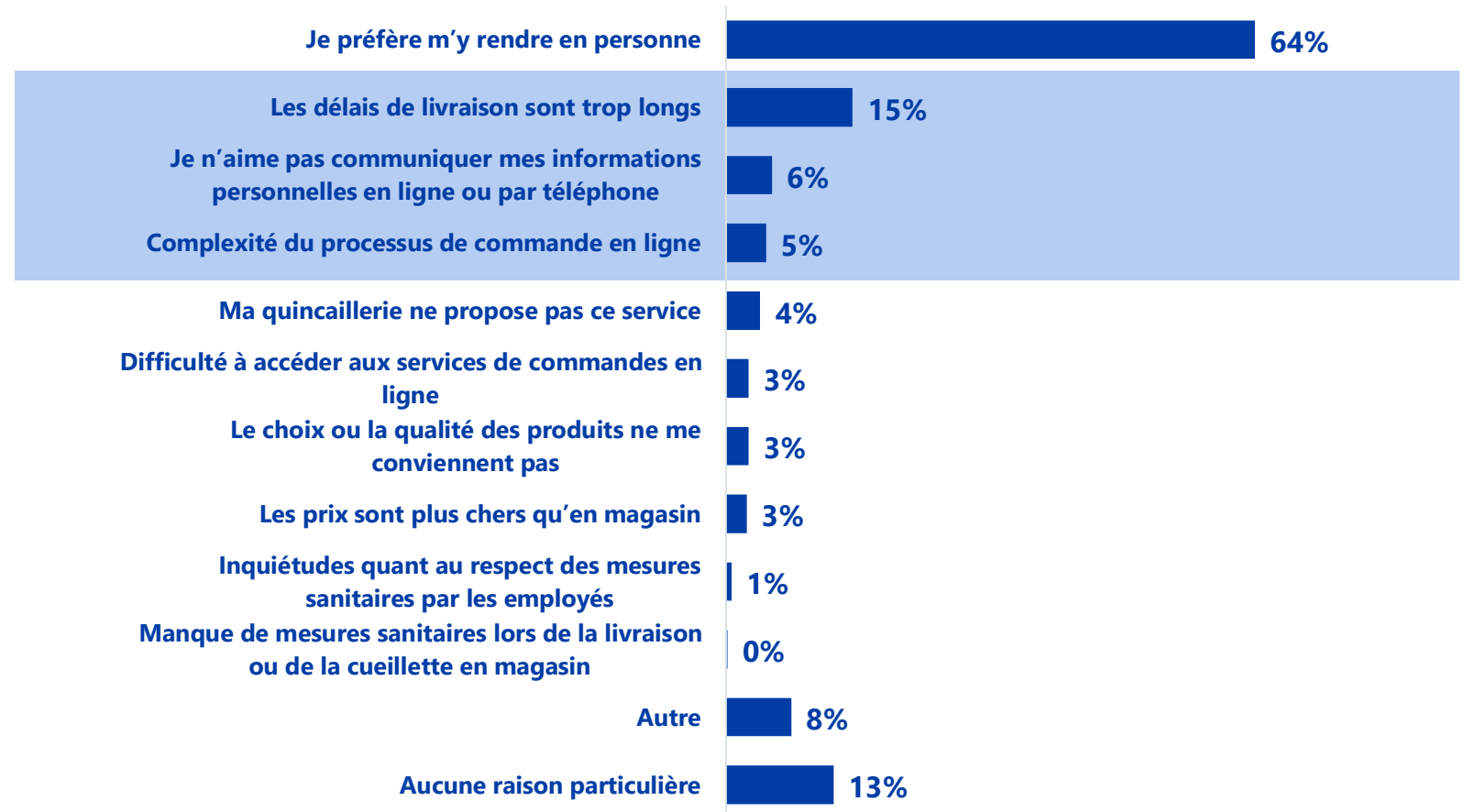
Outre le fait de préférer se rendre en personne en magasin, les répondants n'ayant pas commandé ou l'ayant fait moins fréquemment en ligne ou par téléphone citent des raisons liées au processus de livraison ou de commande en ligne.

Peu d'inquiétude quant aux mesures sanitaires

Le manque de mesures sanitaires et les inquiétudes quant au respect de ces mesures sont très peu mentionnés comme raison de ne pas commander en ligne ou de le faire moins souvent.

Raisons de ne pas commander en ligne ou par téléphone ou de le faire moins souvent

depuis le début de la situation de la COVID-19



Base : n=427 (Répondants n'ayant pas commandé ou commandé moins fréquemment en ligne ou par téléphone)

Q : Pour quelles raisons principales n'avez-vous pas commandé ou commandé moins fréquemment en ligne ou par téléphone dans les quincailleries depuis le début de la situation de la Covid-19?

Constats additionnels

Plus de la moitié

des répondants indiquent commander davantage en ligne ou par téléphone afin d'éviter les files d'attente à la quincaillerie.

Plus du quart

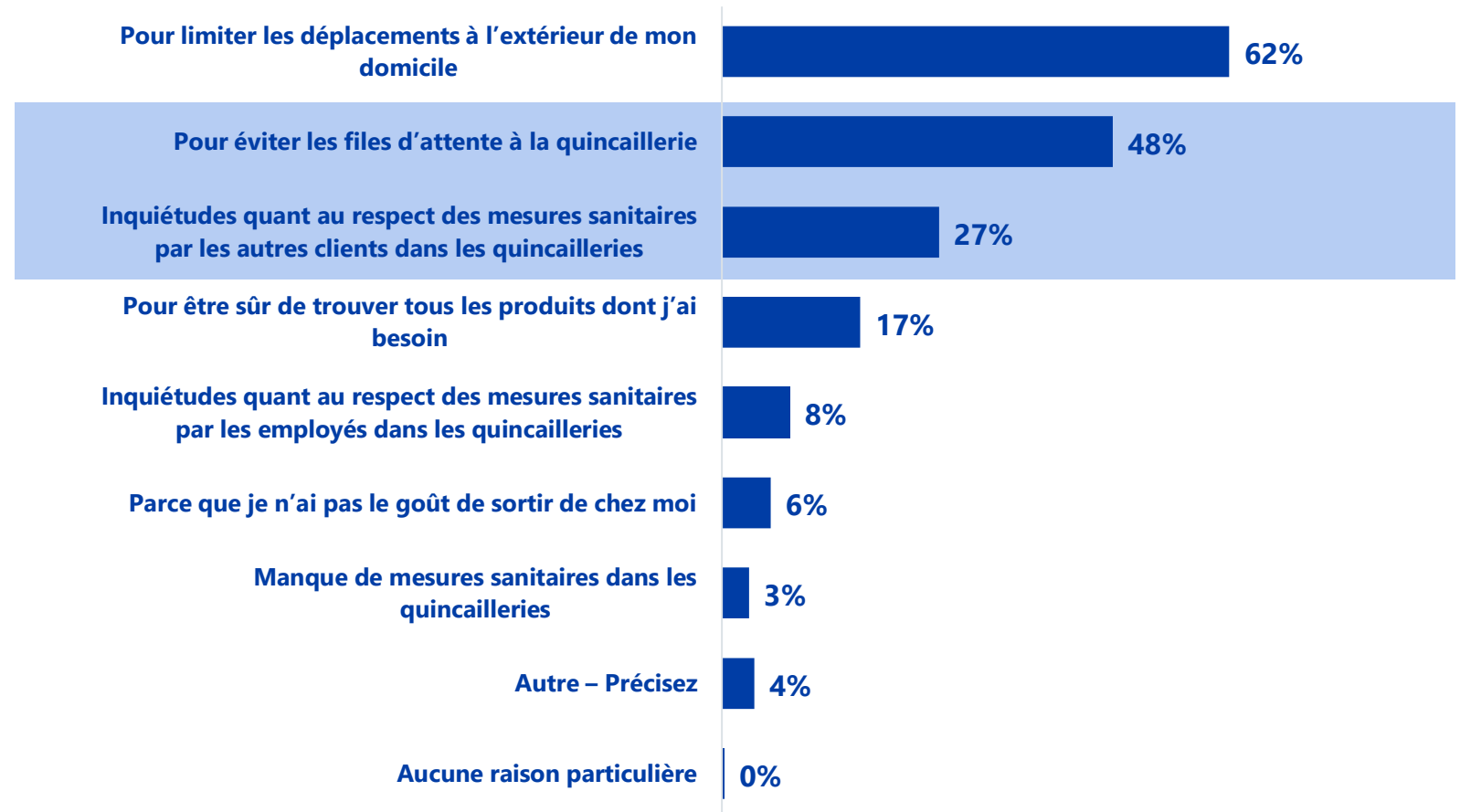
des répondants indiquent avoir commandé plus souvent en ligne ou par téléphone en raison d'inquiétudes quant au respect des mesures sanitaires par les autres clients dans les quincailleries.

Les hommes et les Baby boomers

sont plus nombreux à avoir des inquiétudes quant au respect des mesures sanitaires par les autres clients dans les quincailleries.

Raisons de commander plus souvent en ligne ou par téléphone

depuis le début de la situation de la COVID-19



Base : n=300 (Répondants ayant commandé plus fréquemment en ligne ou par téléphone)

Q : Pour quelles raisons principales avez-vous commandé plus fréquemment en ligne ou par téléphone dans les quincailleries depuis le début de la situation de la Covid-19?

Constats additionnels

88 %

des répondants ont passé **des commandes en ligne**, contre 12% par téléphone.

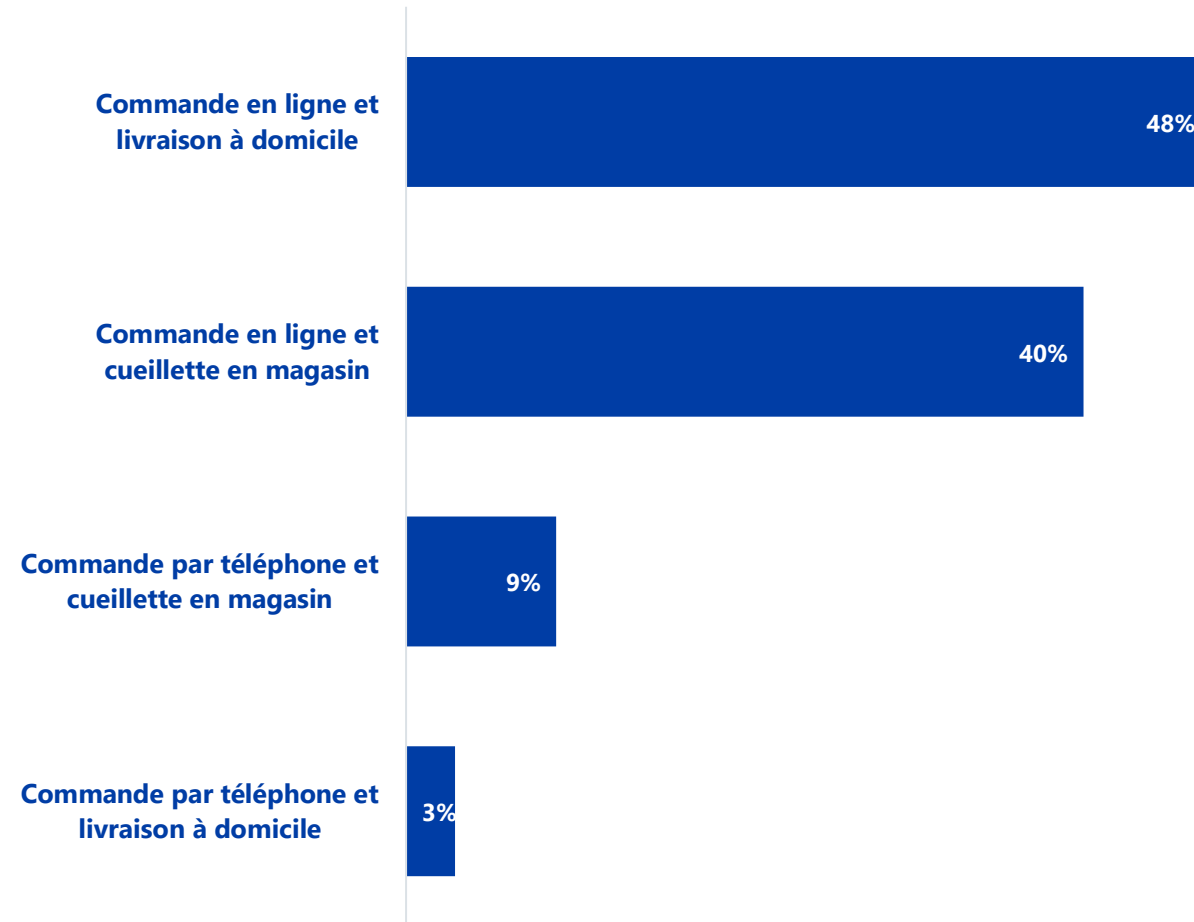
51 %

des répondants ont opté pour **la livraison à domicile**, contre 49% pour la cueillette en magasin.

Les Baby-Boomers

sont plus nombreux à avoir passé leur commande par téléphone.

Moyens privilégiés pour passer et recevoir des commandes depuis le début de la situation de la COVID-19



Base : n=684 (Les répondants ayant passé des commandes en ligne ou par téléphone)

La somme des résultats présentés peut ne pas évaluer 100 %, car les pourcentages ont été arrondis.

Q : Depuis le début de la situation de la Covid-19, parmi les moyens suivants, lequel privilégiez-vous pour passer et recevoir vos commandes en ligne ou par téléphone?

Les quincailleries au temps de la COVID-19

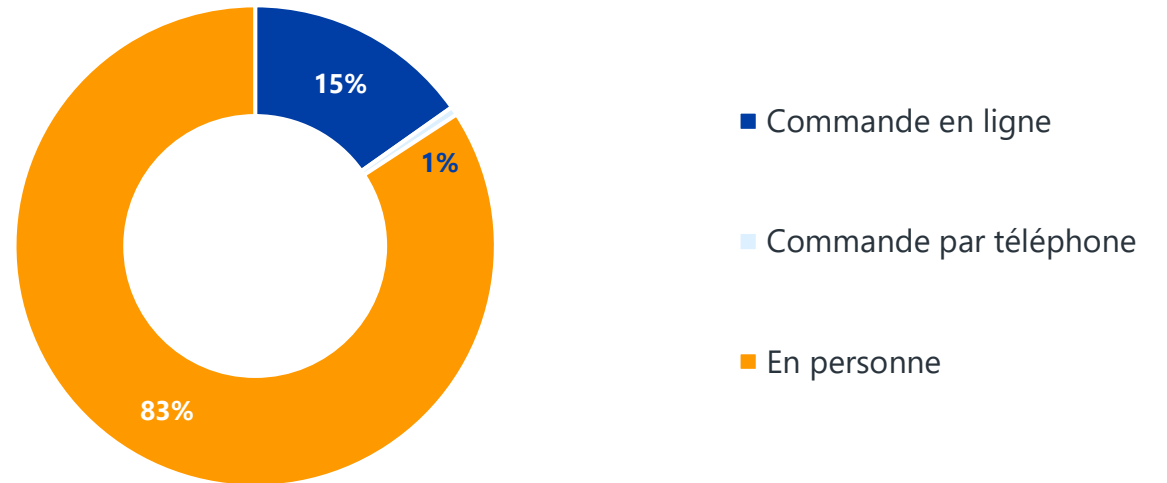
Gestion de la COVID-19

Constats additionnels

83%

des répondants sont **ont fait leur dernier achat en quincaillerie en personne.**

Façon de faire ses achats en quincaillerie depuis le début de la situation de la COVID-19



Base : n=1 080 (Tous les répondants)

La somme des résultats présentés peut ne pas égaler 100 %, car les pourcentages ont été arrondis.

Q : Pensons maintenant aux achats les plus récents que vous avez faits à cette quincaillerie. De quelle façon avez-vous fait vos achats?

Constats additionnels

Changement des habitudes de fréquentation d'une quincaillerie

depuis le début de la situation de la COVID-19

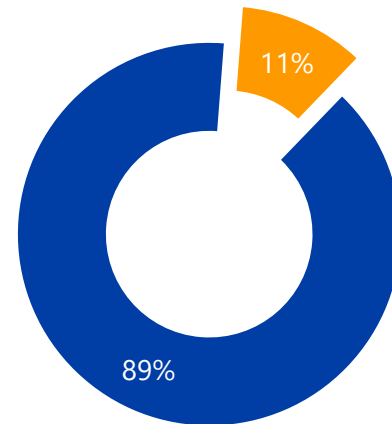


Top 5

des raisons pour lesquelles **les clients ont changé de quincaillerie de choix** depuis le début de la COVID-19 :

- 1) Localisation plus pratique
- 2) Prix plus avantageux
- 3) Plus grand choix de produits et de services disponibles
- 4) Meilleure gestion de l'achalandage et de la distanciation sociale en magasin
- 5) Plus grand respect des normes sanitaires par les employés en magasin

La manière de gérer la situation de la COVID-19 est un facteur de changement de quincaillerie



- N'ont pas changé de quincaillerie de choix
- Ont changé de quincaillerie de choix

11 %

des répondants **ont changé de quincaillerie de choix** depuis le début de la situation de la COVID-19.

Base : n=1 037

Q : Est-ce qu'il s'agit de la même quincaillerie où vous aviez l'habitude d'aller avant la situation de la COVID-19?

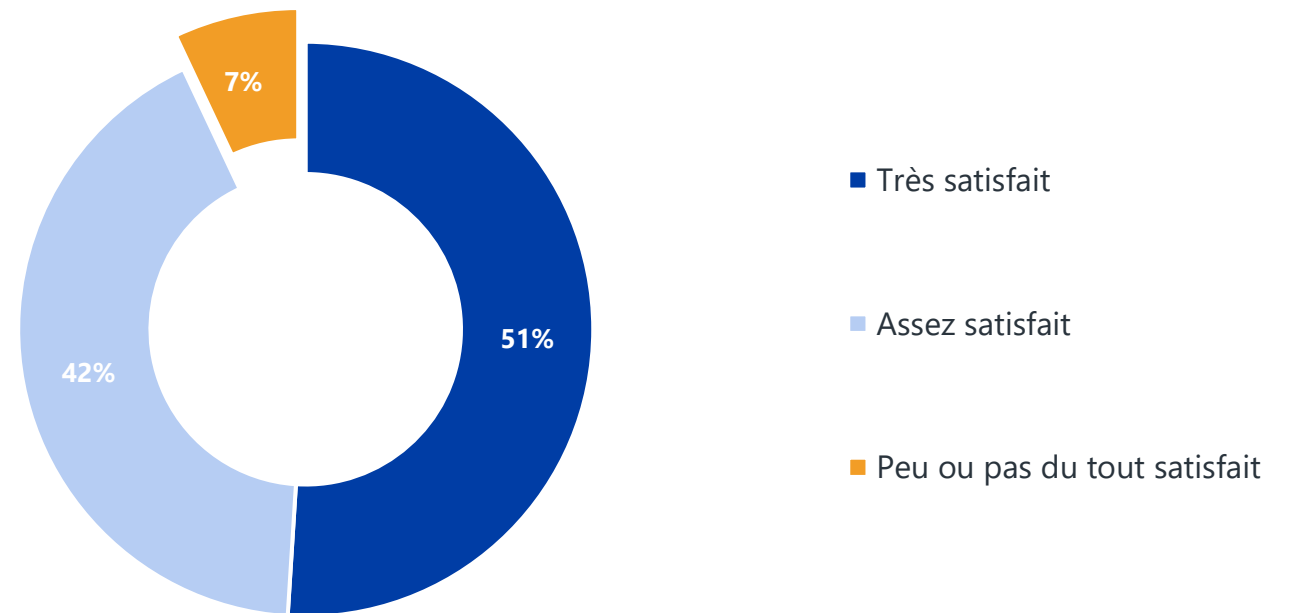
Q : Pour quelles raisons avez-vous privilégié faire vos achats dans une AUTRE quincaillerie que celle où vous aviez l'habitude d'aller avant la situation de la COVID-19? Vous pouvez cocher plus d'une réponse.

Constats additionnels

93 %

des répondants sont **satisfaits des mesures préventives mises en place par leur quincaillerie de choix.**

Satisfaction à l'égard des mesures préventives dans la gestion de la situation de la COVID-19



La somme des résultats présentés peut ne pas égaler 100 %, car les pourcentages ont été arrondis.

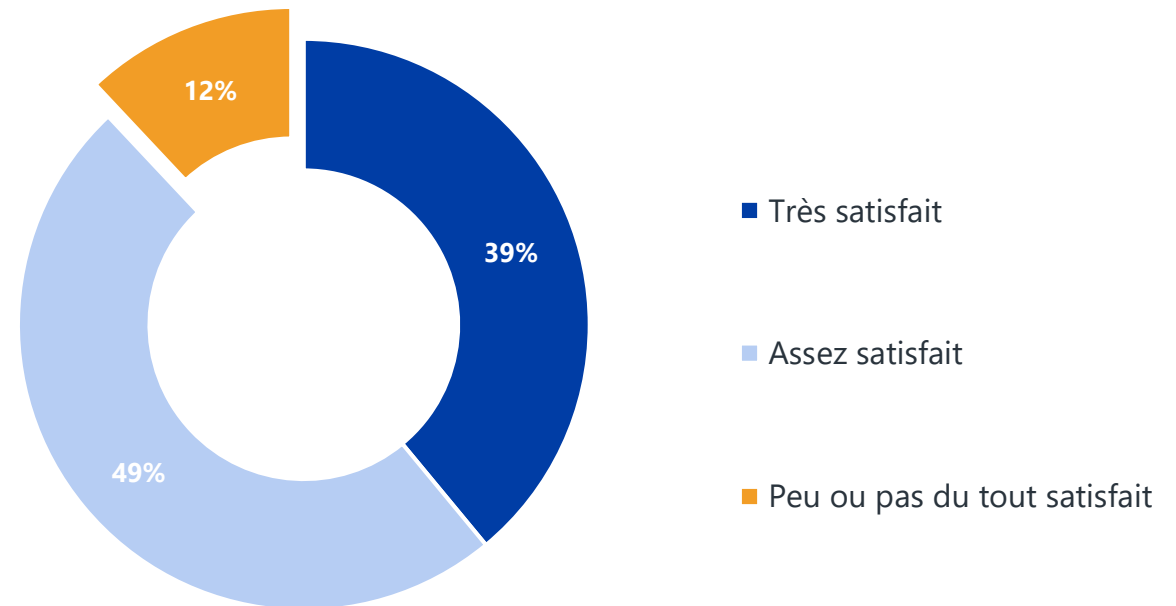
Q : Quel est votre niveau de satisfaction par rapport aux mesures d'hygiène et de sécurité mises en place par votre quincaillerie de choix, que ce soit en magasin, à la cueillette ou en livraison?

Constats additionnels

88 %

des répondants sont **satisfaits des communications faites par leur quincaillerie de choix.**

Satisfaction à l'égard des communications dans la gestion de la situation de la COVID-19



La somme des résultats présentés peut ne pas égaler 100 %, car les pourcentages ont été arrondis.

Q : Quel est votre niveau de satisfaction par rapport aux communications faites par votre quincaillerie de choix afin de vous tenir informé des mesures déployées pour répondre à la situation de la Covid-19? Expliquez votre réponse.

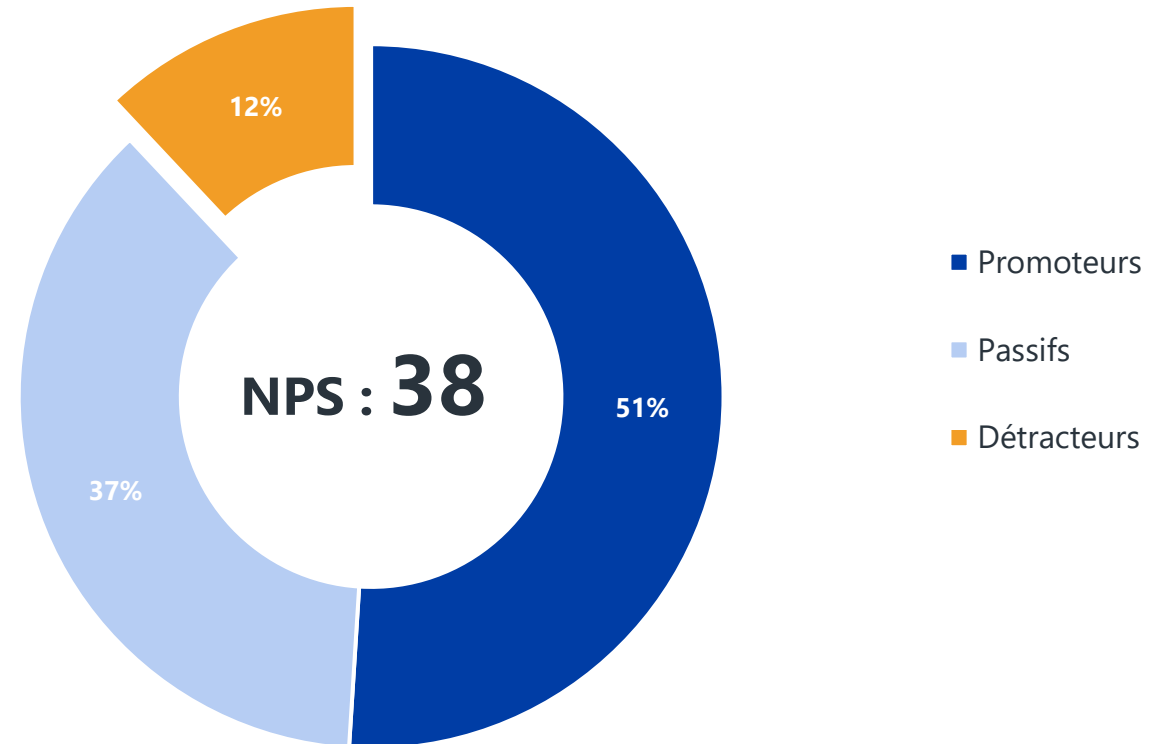
Constats additionnels

12 %

des répondants ne **recommanderaient pas leur quincaillerie de choix** sur la base de sa gestion de la situation de la COVID-19.

NPS (Net Promoter Score)

sur la base de la gestion de la situation de la COVID-19



La somme des résultats présentés peut ne pas égaler 100 %, car les pourcentages ont été arrondis.

Q : SUR LA BASE DE SA GESTION DE LA SITUATION DE LA COVID-19, sur une échelle de 0 à 10, indiquez à quel point vous recommanderiez votre quincaillerie de choix à des proches (parents, collègues, amis, etc.).

Mesures observées dans les quincailleries

Pour la gestion de la situation de la COVID-19

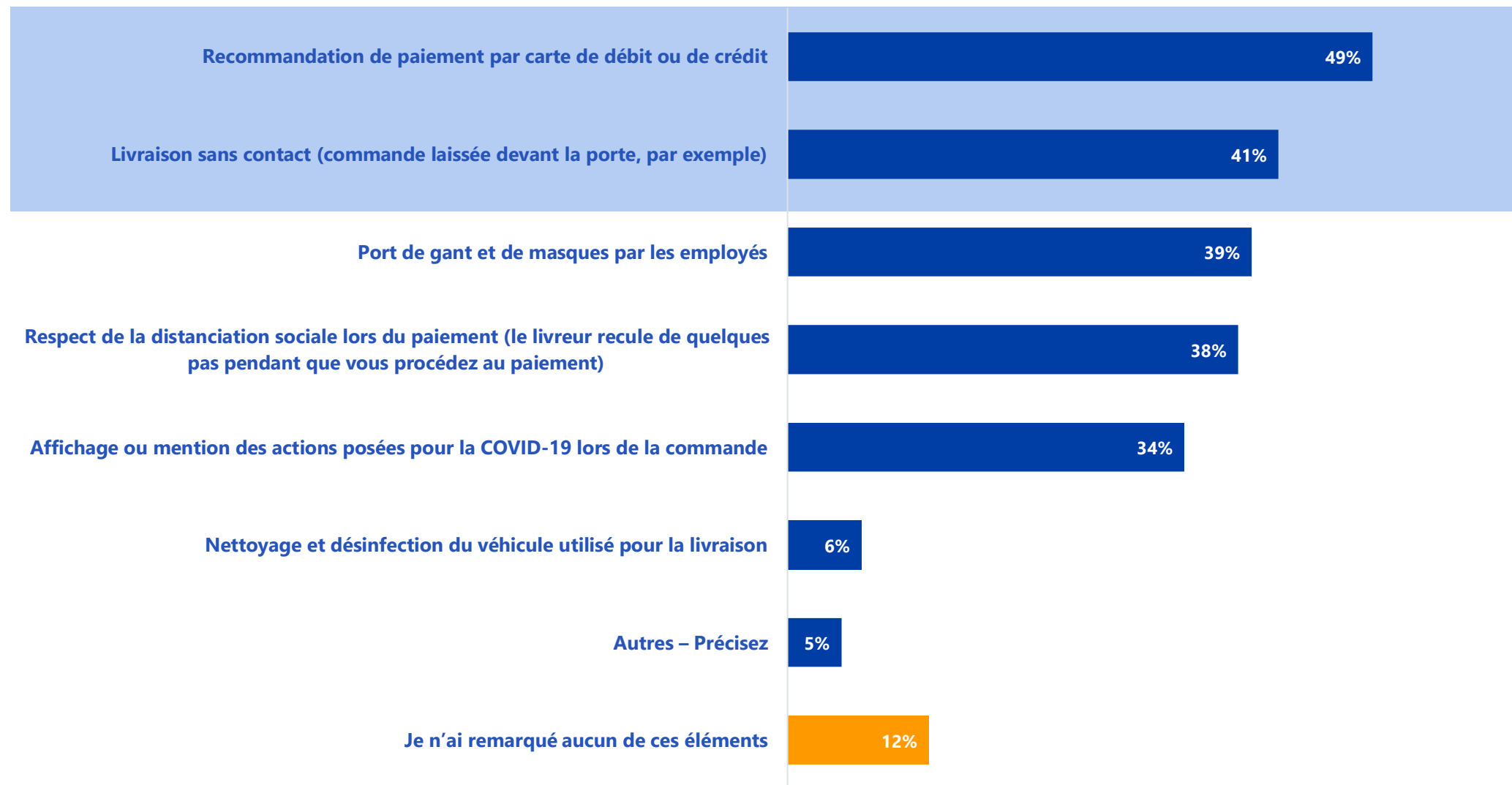


Base : n=861 (Les répondants ayant fait leur dernier achat en quincaillerie en personne)

Q : Quels sont éléments que vous avez pu observer dans la gestion de la COVID-19 lors de votre dernière visite EN PERSONNE à votre quincaillerie de choix?

Mesures observées lors de la livraison ou cueillette

Pour la gestion de la situation de la COVID-19



Base : n=176 (Les répondants ayant fait leur dernier achat en quincaillerie en ligne ou par téléphone)

Q : Quels sont éléments que vous avez pu observer dans la gestion de la COVID-19 lors de la dernière LIVRAISON OU CUEILLETTE de votre commande à votre quincaillerie de choix?

Constats additionnels

Top 5

des mesures les plus importantes dans les quincailleries pour la gestion de la situation de la COVID-19 selon les clients :

- 1) Installation des services sanitaires à l'entrée de la quincaillerie
- 2) Encourager la distanciation sociale entre les clients dans la quincaillerie et aux caisses
- 3) Présence d'un employé à l'entrée de la quincaillerie pour informer des mesures en place et faire du triage
- 4) Renforcer les procédures de nettoyage et de désinfection dans les quincailleries
- 5) Limiter le nombre de clients en même temps à l'intérieur de la quincaillerie lors de fort achalandage

Mesures les plus importantes dans les quincailleries

Pour la gestion de la situation de la COVID-19



Base : n=1 080 (Tous les répondants)

Q : Selon vous, quelles sont les actions les plus importantes que DEVRAIENT POSER les quincailleries pour une meilleure gestion de la COVID-19?

Constats additionnels

Les Milléniaux

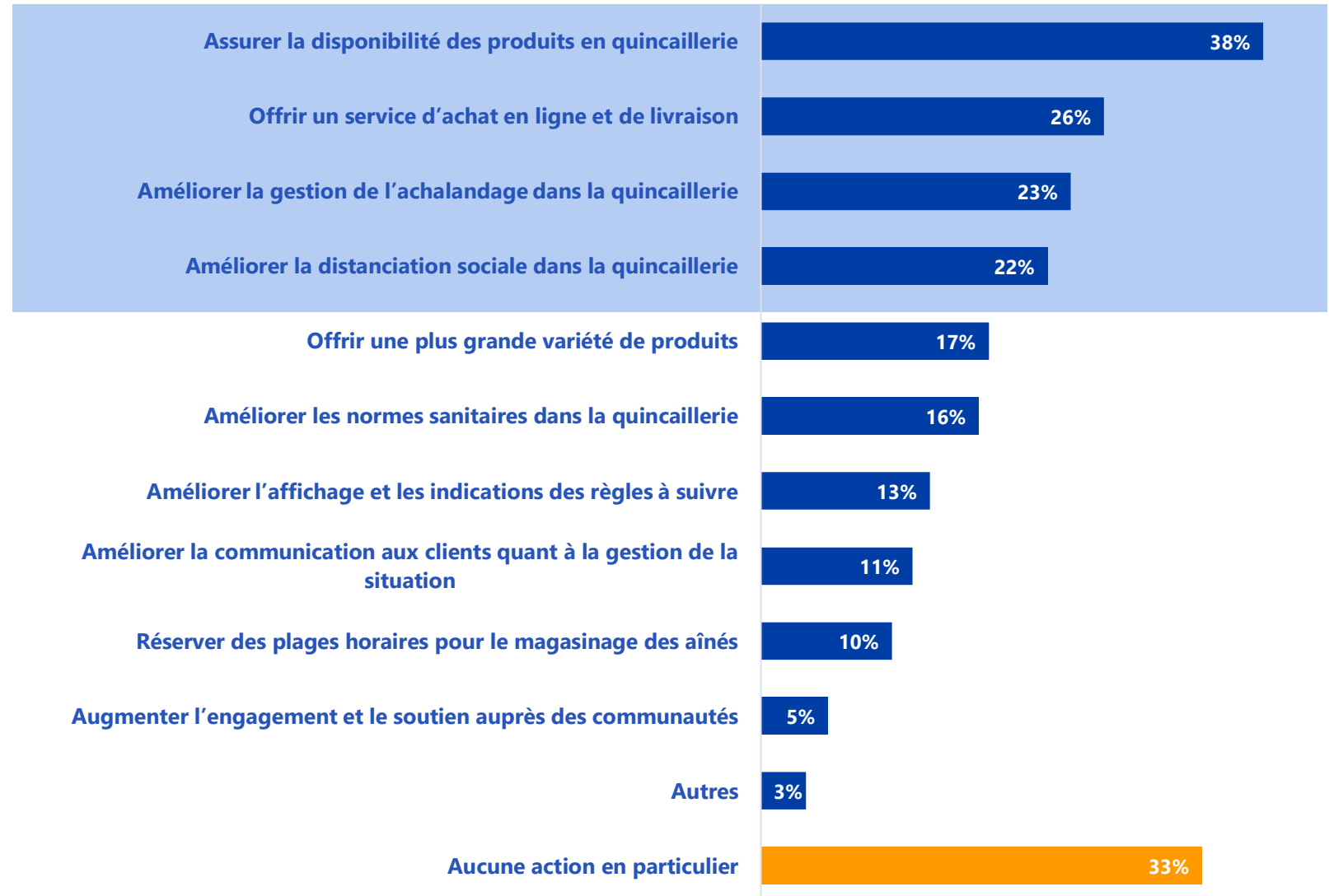
sont plus nombreux à déclarer qu'un **service d'achat en ligne et de livraison, une plus grande variété de produits ainsi que d'assurer la disponibilité des produits** seraient des incitatifs à acheter plus souvent dans les quincailleries.

Les Baby-boomers

sont plus nombreux à déclarer qu'ils achèteraient plus souvent en quincaillerie si il y avait **un meilleur affichage des indications des règles à suivre**. Ils apprécieraient également davantage **des plages horaires réservées au magasinage des aînés**.

Mesures visant à augmenter les achats

Durant la situation de la COVID-19



Base : n=1 080 (Tous les répondants)

Q : Quelles actions feraient en sorte que vous achèteriez plus souvent dans les quincailleries durant la situation de la COVID-19?

Les quincailleries au temps de la COVID-19

Comportement post-COVID-19

Constats additionnels

84 %

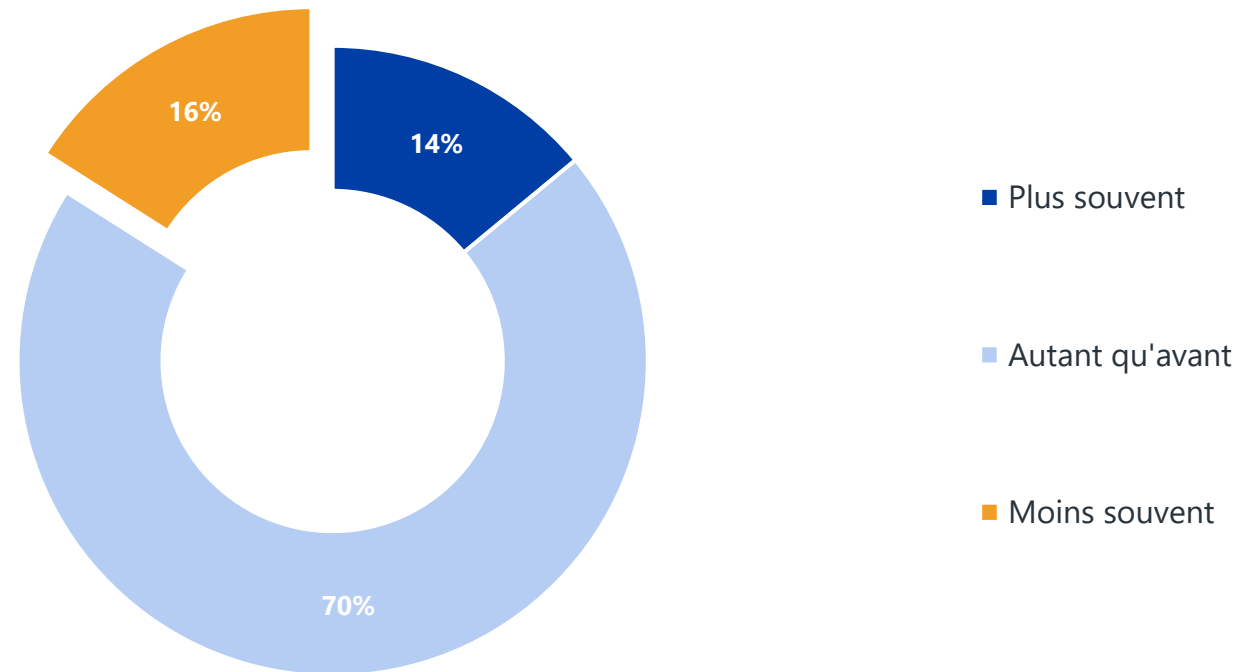
des répondants **pensent fréquenter autant ou plus souvent les quincailleries en magasin suite à la situation de la COVID-19.**

Les femmes

sont plus nombreuses à penser fréquenter moins souvent les quincailleries en magasin suite à la situation de la COVID-19.

Changements envisagés des habitudes de fréquentation des quincailleries en magasin

Suite à la situation de la COVID-19



Base : n=1 075

La somme des résultats présentés peut ne pas égaler 100 %, car les pourcentages ont été arrondis.

Q : Après la situation de la Covid-19, dans quelle mesure pensez-vous fréquentez les quincailleries en magasin?

Constats additionnels

85 %

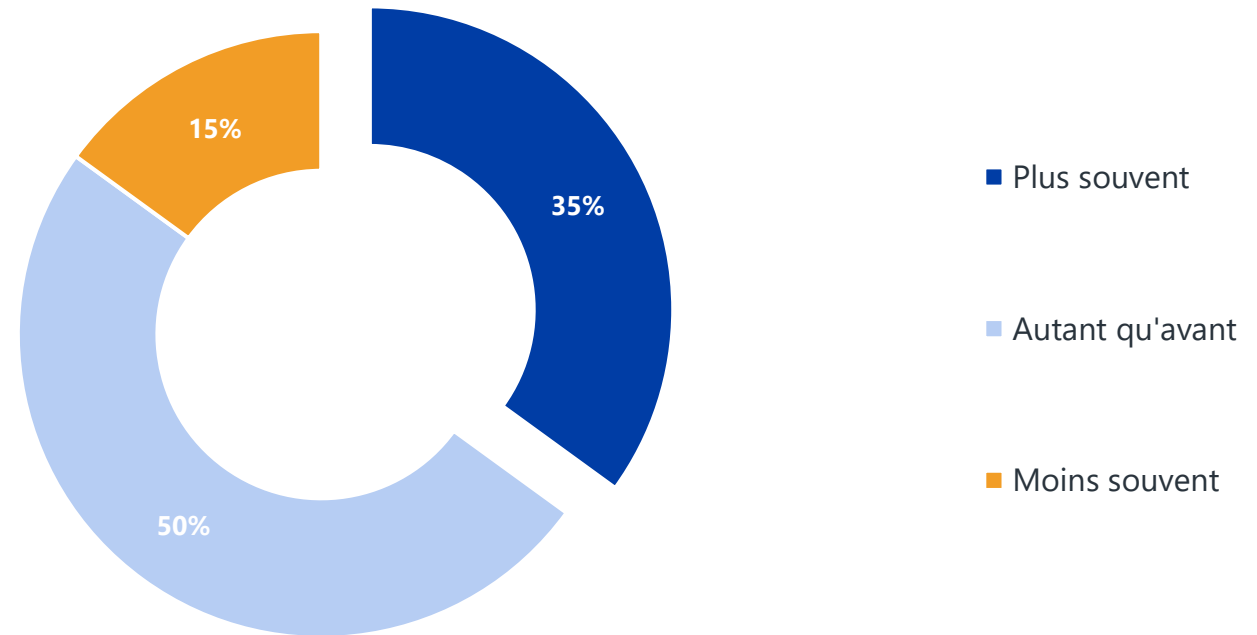
des répondants qui font des **commandes en ligne ou par téléphone** pensent en faire **autant ou plus souvent** suite à la crise.

Les Baby-Boomers

sont cependant plus nombreux à penser commander moins souvent en ligne ou par téléphone à la quincaillerie suite à la crise.

Changements envisagés des habitudes de commande en ligne ou par téléphone

Suite à la situation de la COVID-19



Base : n=705 (Les répondants faisant des commandes en ligne ou par téléphone)
La somme des résultats présentés peut ne pas égaler 100 %, car les pourcentages ont été arrondis.

Q : Après la situation de la COVID-19, dans quelle mesure pensez-vous faire des commandes en ligne ou par téléphone à la quincaillerie?

Constats additionnels

53 %

des répondants anticipent des changements dans les quincailleries suite à la situation de la COVID-19.

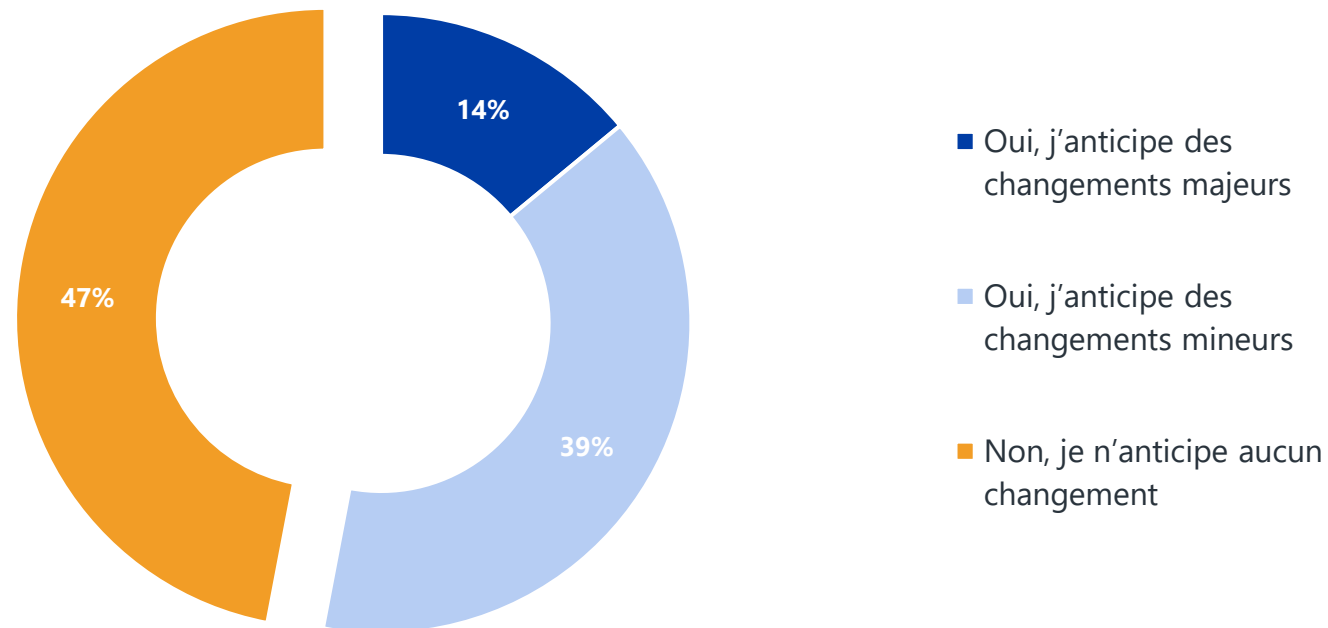
Parmi les changements les plus cités, on retrouve le maintien des mesures sanitaires à l'entrée et des mesures de distanciation sociale dans les commerces.

Les Baby-Boomers

sont cependant plus nombreux à n'anticiper aucun changement.

Changements envisagés dans les quincailleries

Suite à la situation de la COVID-19



Base : n=1 080 (Tous les répondants)

La somme des résultats présentés peut ne pas égaler 100 %, car les pourcentages ont été arrondis.

Q : Anticipez-vous des changements dans l'expérience d'achat dans les quincailleries après la situation de la COVID-19?



Contact

info@lanla.com

1 866 333-5265

Tous droits réservés