

Etude des consommateurs

En octobre, le département marketing a demandé à la société d'études dopeul springer consultants de faire un sondage sur le consommateur moyen de MédiaLoft. L'objectif de cette enquête comporte deux volets : tout d'abord développer un profil économique des consommateurs de MédiaLoft, puis identifier les domaines dans lesquels MédiaLoft peut améliorer son service à la clientèle dans le département Librairie.



Échantillon de population

Plus de 20 000 personnes ont répondu au sondage. Environ 15 000 consommateurs ont rempli les questionnaires distribués dans les huit succursales MEDIALOFT, les 5 000 restants ayant été distribués lors d'événements particuliers comme le Salon du livre, le congrès annuel de l'Association des Libraires et le Festival Littéraire de Montréal auxquels MEDIALOFT a participé. Parmi les personnes interrogées, 49 % étaient des femmes, 47 % des hommes et 4 % ont omis d'indiquer leur sexe ; 94 % des personnes interrogées se sont déclarées clientes de MEDIALOFT. L'enquête dispose d'une marge d'erreur de 3 %.

Bilan du profile consommateur

Le client typique MédiaLoft est un citoyen de 42 ans ayant au moins atteint un diplôme d'études secondaires. Il ou elle dispose d'un revenu moyen, a un enfant et est plus susceptible d'être locataire que propriétaire.

Les résultats de l'enquête montrent que le consommateur type de MédiaLoft ne dispose pas de revenus importants, mais est désireux d'en dépenser une partie dans les livres. En détail :



Niveau d'études : 42 % de ceux qui se sont identifiés comme clients disposent d'un niveau d'instruction collégial, 32 % ont un diplôme universitaire et 26 % ont un niveau d'études secondaires.



Occupation : 32 % des clients travaillent dans les ventes ou le marketing, 20 % travaillent dans les secteurs des services ou de l'administration, 20 % dans le commerce, 10 % sont cadres et 18 % des interrogés ont qualifié leur occupation de professionnelle



Revenu : Plus de 60 % des acheteurs gagnent plus de 30 000 \$ par an, 8 % gagnent plus de 50 000 \$ par an.



Habitudes d'achat : Les consommateurs ont indiqué que 75 % des livres qu'ils achètent sont des achats d'impulsion. La majorité des consommateurs ont déclaré entrer dans une librairie pour un article particulier, mais acheter d'autres articles par la même occasion.

Service à la clientèle

Dans l'ensemble, le consommateur s'estime satisfait du département Librairie de médiaLoft. Sur une échelle de 1 à 5, où 1 valait Mauvais et 5, Excellent, les consommateurs ont donné à la qualité des offres de livres une note de 4,3, à la quantité des titres, une note de 3,9 et à la diversité des sujets une note de 4,4.

L'obligeance du personnel des ventes et le confort et le décor des magasins médiaLOft ont également reçu de bonnes notes. Les consommateurs ont montré un fort désir pour des prix plus bas et un plus large éventail de titres.

Certaines personnes ont précisé que média devrait accroître son personnel des ventes pour assister les clients.

Proposition d'une nouvelle organisation du département Librairie

Les personnes interrogées dans leur majorité n'apprécient pas l'organisation actuelle des points de vente MEDIALOFT. Un travail de réorganisation s'avère indispensable. Une première proposition a été faite :

