



Randolph Pub Ludique

Présentation des résultats

Simon Beaubien
Élise Corneau-Gauvin
Émilie Lapierre
Camille Watson

Randolph Pub Ludique

- ❖ Pub avec animation
 - Accès bibliothèque de jeux diversifiés
 - Variété de breuvages alcoolisés et non alcoolisés
 - Variété de plats
- ❖ Ouverture le 27 juillet 2012
- ❖ Situation géographique : coin St-Denis et Ontario
- ❖ Popularité grandissante



Objectifs de recherche

- ❖ Dresser un portrait type de la clientèle
- ❖ Enquête de satisfaction des différents services offerts
- ❖ Recueillir les critiques des clients



Définition du projet

Comment le *Randolph Pub Ludique* peut-il orienter son développement afin de répondre davantage aux besoins de sa clientèle?

- Quelle est la clientèle du *Randolph Pub Ludique*?
- Comment cette clientèle perçoit-elle les services offerts?
- Quels développements pourraient augmenter l'attractivité du *Randolph Pub Ludique*?



Méthodologie

- ❖ Questionnaire en ligne auto administré accessible via la page Facebook du *Randolph Pub Ludique*
- ❖ 348 réponses valides en 3 jours
- ❖ Incitatif : tirage de 3 paires de billets



Résultats

- ❖ Principal motif de fréquentation: La sélection de jeux à 92,5 %
- ❖ Évaluation positive des jeux à 99 %
- ❖ L'animation n'est pas un élément majeur de la fréquentation; seulement 47,6 % l'indique. Cependant, très bonne appréciation, 90 %.
- ❖ Principaux champs de communication: Bouche-à-oreille et Internet.
- ❖ Fréquentation typique: Une fois par mois



Résultats

- ❖ Un moment au Randolph évoque très fortement « Un moment entre amis », environ 92 %
- ❖ Nourriture, alcool et boisson jugés comme satisfaisants sur le plan de la variété, de la qualité et du prix
- ❖ Coût d'entrée de 5 \$ est évalué comme étant justifié à 92,5 %.
- ❖ Les clients planifient dépenser moins de 40 \$ par visite à 92 %



Résultats

- ❖ Les clients n'ont pas acheté de jeux à près de 90 %.
- ❖ Les clients connaissent les événements proposés (86 %), mais n'y participe pas (75 %).
- ❖ Intérêt pour les événements spéciaux
 - Lancement de jeux
 - Soirée-Quiz
 - Loup-Garou
 - Metling-Pot



Résultats – Analyses croisées

- ❖ Sexe et intérêt pour les jeux
 - Femme : intérêt a augmenté
 - Homme : intérêt stable
- ❖ Sexe et satisfaction des divers services
 - Femme : « Très satisfaites » de Animation, Ambiance, Restauration, Bar et Service
 - Homme : « Satisfaits » – différence marquée
- ❖ Âge et bouche-à-oreille
 - 25–34 ans : Bouche-à-oreille plus que les autres âges



Client type



- ❖ Femme, 30 ans
- ❖ Jeune professionnelle
- ❖ Salaire annuel de 30 000\$
- ❖ Origine canadienne française
- ❖ Découvre les jeux de société



Limites de la recherche

- ❖ Limites générales : \$, RH, temps
- ❖ Limites échantillonnage et collecte de données :
 - Page Facebook : échantillon non représentatif
 - Accès Internet
 - Usager Facebook
 - «Aimer» la page du *Randolph Pub Ludique*
 - Questionnaire exclusivement en français
 - Option « ne s'applique pas » manquante parfois



Conclusion

- ❖ Questionnaire électronique administré via la page Facebook du pub
- ❖ Principal motif de fréquentation du *Randolph* : la sélection de jeux
- ❖ La sélection de jeux est évaluée de manière positive
- ❖ La majorité des clients ont entendu parler du pub par bouche-à-oreille
- ❖ Budget de 40 \$ maximum lors d'une visite au pub
- ❖ Les produits de consommation sont évalués positivement
- ❖ Une visite au *Randolph pub ludique* représente une sortie idéale pour passer un moment entre amis
- ❖ Le coût d'entrée de 5 \$ est justifié

