

Sommaire des annexes

Annexe n° 1 : Méthodologie des études qualitatives	2
Annexe n° 2 : Protocoles d'entretiens.....	3
A. Premier type d'entretien : entretiens de recherche sur rendez-vous avec les clients	3
B. Deuxième type d'entretien : entretiens de recherche sur rendez-vous avec les vendeurs	
10	
Annexe n° 3 : Retranscriptions des entretiens.....	16
A. Entretiens avec les clients.....	16
B. Entretiens avec les vendeurs.....	60
Annexe n° 4 : Grilles d'analyse systématique	77
A. Les clients.....	77
B. Les vendeurs.....	94
Annexe n° 5 : Photos du showroom en absence de la stratégie	106
Annexe n° 6 : Processus d'objectivation	108
Annexe n° 7 : E-mail de communication du nouveau concept aux employés.....	109
Annexe n° 8 : Guides d'entretien de la deuxième étude qualitative	110
A. Premier type d'entretien : entretiens de recherche sur rendez-vous avec les clients .	110
B. Deuxième type d'entretien : entretiens de recherche sur rendez-vous avec les vendeurs	
112	
Annexe n° 9 : Retranscriptions des entretiens.....	115
A. Entretiens avec les clients.....	115
B. Entretiens avec les vendeurs.....	141
Annexe n° 10 : Grilles d'analyse systématique	152
A. Les clients.....	152
B. Les vendeurs.....	169
Annexe n° 11 : Photos du showroom en présence de la stratégie	177

Annexe n° 1 : Méthodologie des études qualitatives

1. Le mode d'investigation

Le mode d'investigation sera localisé étant donné que l'étude porte sur un terrain délimité et localisé qui est le showroom de la concession Percy Motors.

2. Le plan de recherche

Afin d'effectuer au mieux cette recherche sur le sujet du marketing sensoriel du point de vente, plus précisément dans le showroom de Percy Motors, nous avons établi une méthodologie qui reprend tous les points de la recherche empirique, c'est-à-dire les sept étapes qui vont fixer notre plan de recherche.

a) Définition de la question initiale

Le thème de la question initiale porte sur le marketing sensoriel du point de vente que nous avons déjà défini et théorisé au préalable, précédemment dans ce mémoire.

b) Phase d'exploration

C'est en passant par cette phase d'exploration du showroom de Percy Motors que nous avons perçu la problématique du marketing sensoriel et sa pertinence. Le showroom est bien aménagé, propre, les voitures présentées y sont accessibles et il y a une salle d'attente au milieu. Mais il n'y a rien de plus qui permettrait aux clients de profiter d'une expérience d'achat plus agréable. Sachant que la voiture est un produit très impliquant et que les clients essayent de choisir la concession où le service leur semble le plus satisfaisant pour faire cet achat. C'est de là que le thème du marketing sensoriel du lieu de vente nous est apparu.

Suite à cette phase d'exploration, nous avons mené une revue de littérature scientifique afin de savoir si cette problématique avait déjà été traitée et ainsi d'avoir les bases scientifiques pour appuyer notre recherche. Nous avons pu ainsi nourrir notre recherche en découvrant de nombreux articles scientifiques abordant ce thème et cela nous a permis d'identifier les concepts utiles. L'accessibilité des documents de recherche nous a également permis d'en apprendre plus et de complexifier notre problématique. Le showroom est également un endroit accessible, même si c'est une propriété privée, celui-ci est ouvert de 9 h à 18 h 30. Concernant l'accessibilité des acteurs à interroger sur le terrain, ceux-ci dépendent aussi de l'accessibilité

du lieu et de leur emploi du temps. Deux types d'entretiens seront mis en place et explicités dans un prochain point.

c) La question de recherche

La problématique a déjà été définie. Pour rappel, elle s'intitule : étude de la perception du consommateur suite à l'intégration d'une stratégie polysensorielle dans le showroom automobile Volkswagen Percy Motors à Wavre en 2019. Le showroom sera donc notre cadre de recherche.

Les quatre autres étapes ci-dessous sont détaillées dans les deux parties qualitatives de ce mémoire :

- d) Phase d'investigation : présentation de l'entreprise et description du lieu de vente
- e) Entretiens
- f) Photographies
- g) Analyse de l'interprétation

Annexe n° 2 : Protocoles d'entretiens

A. Premier type d'entretien : entretiens de recherche sur rendez-vous avec les clients

Afin de respecter les mêmes démarches pour chaque entretien, voici le protocole suivi en détaillant les huit étapes de l'action de l'entretien :

- Fixer un rendez-vous avec la personne afin de mettre celle-ci plus à l'aise et de respecter sa disponibilité.
- Réaliser cinq entretiens par profil, c'est-à-dire cinq femmes entre 40 et 50 ans et cinq hommes de 40 à 50 ans (client particulier ou professionnel), ce qui fera dix entretiens de clients au total. Pour s'assurer d'être face au bon profil, les interviewés répondront à une question simple du guide de recrutement. Si le profil correspond, l'entretien pourra être fixé.
- Par désir d'objectivation : réaliser les entretiens dans des situations semblables. Les entretiens se dérouleront dans un des bureaux de Percy Motors. Les entretiens pourront être menés dans de bonnes conditions.

- Effectuer des entretiens semi-directifs. Des questions seront préparées, mais les répondants auront la possibilité d'influer la dynamique. D'autres questions peuvent être ajoutées au cours de l'entretien et l'ordre des questions pourra alors varier.
- Prévoir le même questionnaire pour chaque entretien ainsi que la même façon de procéder avec le guide de recrutement.
- Réaliser des entretiens qui se trouvent entre l'extensif (peu d'entretiens) et l'intensif (profondeur).
- Enregistrer chaque entretien afin d'avoir tous les éléments utiles, de garder un contact visuel avec l'interviewé et de rester concentré.
- Préparer les entretiens selon les éléments suivants :
 - Le questionnement : un guide d'entretien est réalisé par désir de similarité entre les entretiens.
 - La population : des profils ont été établis afin d'interviewer les deux profils souhaités.
 - Mode de captation : les entretiens seront enregistrés afin d'en garder une trace.
- Concernant la mise en action des entretiens, il y a différentes étapes à respecter :
 - La demande : adresser notre demande aux personnes sur le terrain, se présenter, présenter l'objectif du travail.
 - Le cadre : les entretiens seront menés chez Percy Motors même, dans un bureau fermé, entre 9 h et 18 h 30 (heures d'ouverture de la concession). Le jour dépendra de la disponibilité des répondants.
 - L'entrée en matière : nous nous présenterons lors de l'entretien et donnerons les objectifs de celui-ci.
 - L'attitude générale : nous allons prévenir le répondant que l'entretien sera enregistré afin d'être retranscrit. Les répondants seront vouvoyés, mais nous garderons une attitude ouverte d'esprit pour ne pas paraître trop sérieux ou fermé. Il est important de garder une attitude non critique afin que le répondant ne se sente pas jugé et puisse répondre en profondeur. Mon rôle sera d'être animatrice de la discussion et observatrice. J'animerai la discussion, la relancerai et je prendrai note de l'entretien.
 - L'enregistrement : les entretiens seront enregistrés.

- La clôture : nous terminerons par remercier le répondant et lui demander un autre rendez-vous dans un mois pour réaliser le deuxième entretien en présence de la stratégie.
- Le commentaire d'entretien : une fiche de cadre sera complétée après chaque entretien :
 - Nom et prénom :
 - Âge :
 - Sexe :
 - Statut : client particulier/professionnel
 - Raison de la visite :
 - Supplément d'information sur le contexte :
- Le carnet de recherche : notre ordinateur sera utilisé comme carnet de recherche pour prendre note et il sera pris avec nous.
- Retranscrire les entretiens afin d'avoir toutes les informations nécessaires pour l'analyse.

Pour le traitement de ces entretiens, nous suivons une posture analytique de reconstruction de sens, c'est-à-dire que ce que les interviewés disent est une base, mais qu'il faut veiller à la validité interne de notre travail.

➔ Entretiens semi-directifs individuels d'exploration et de recherche auprès du **premier profil** de répondants (clients).

1. Profils des répondants

Le profil est celui-ci :

- 1) Les clients : femmes et hommes entre 40 et 50 ans qui se trouvent dans le showroom (pour qu'ils puissent répondre aux questions qui les concernent). Cela peut être des clients particuliers ou professionnels.

2. Guide de recrutement

Pour s'assurer que nous nous apprêtons à interroger le bon profil, une question filtre sera demandée. Voici le guide de recrutement :

« Bonjour, je suis étudiante en communication à l'UCL. Je réalise une étude sur les facteurs d'ambiance utilisés dans les lieux de vente, plus précisément dans le showroom de Percy Motors. Les facteurs d'ambiance sont l'utilisation de couleurs, de matières à toucher, de

fragrance, de musique et de dégustations (la stimulation des cinq sens). Cette étude est focalisée sur les clients de Percy Motors. Puis-je vous poser une question ? »

La personne répond oui ou non à cette question. Si oui, voici la question de « filtrage » :

« Faites-vous partie de la tranche d'âge 40-50 ans ? ».

Cette question peut paraître trop personnelle et peut occasionner plusieurs refus. Malheureusement, étant donné que l'on peut acheter une voiture à partir de 18 ans jusqu'à 75 ans (ou plus), il a fallu réduire la cible pour choisir une tranche d'âge, surtout que les attentes des clients ne sont pas les mêmes en fonction de la tranche d'âge.

Si la personne a entre 40 et 50 ans : la personne correspond au profil.

Si la personne est en dessous ou au-dessus de la tranche d'âge : *« Merci de m'avoir accordé quelques minutes de votre temps, mais nous devons cibler seulement les 40-50 ans pour l'enquête présente. Bonne journée. »*

Si le profil correspond, nous demanderons (effectuer la demande) à la personne si elle accepte un rendez-vous pour l'entretien de recherche : *« Seriez-vous d'accord de m'accorder 30 minutes à votre meilleure convenance pour répondre à cette étude ? »*

3. Guide d'entretien

Le guide d'entretien d'une étude empirique contient les différents thèmes et questions qui seront abordés avec le répondant lors de l'entretien. Le contrat de base ci-dessous est une explication générale du déroulement de l'interview. Celui-ci a été volontairement scindé en plusieurs parties pour y faire ressortir les thèmes et faciliter l'analyse. Par rapport à la rédaction des questions, nous avons vu dans la théorie que les individus ont trois types de réponses/réactions face aux facteurs d'ambiance : affectives, cognitives et comportementales. Les questions d'approfondissement ont donc été rédigées pour faire ressortir ses réactions à propos des deux facteurs déjà présents dans le showroom.

- Contrat de base :

Bonjour Madame/Monsieur,

Merci de m'accorder cet entretien et d'avoir accepté cette rencontre aujourd'hui. Je m'appelle Romane Barthélemy et je suis étudiante en communication à l'UCL. Je réalise une étude sur l'intégration d'une stratégie de marketing sensoriel polysensorielle dans un showroom automobile et l'analyse de la perception de la clientèle suite à cette intégration. Le marketing sensoriel est défini comme : « le fait d'utiliser les facteurs d'ambiance du magasin (musique, senteurs, couleurs, sensations tactiles et gustatives) afin de susciter chez le consommateur des réactions favorables à l'acte d'achat ». Ces différents outils sensoriels sont utilisés par le commerçant dans le but de créer une ambiance agréable dans son point de vente, mais également pour communiquer son image à travers son aménagement. Je souhaite analyser la perception des clients et des vendeurs par rapport à ceux-ci. Pour cette étude, j'ai choisi d'analyser le showroom de la concession Volkswagen Percy Motors avant la stratégie et après la stratégie. La stratégie souhaitée est d'ajouter de la musique, une senteur et une sensation gustative dans le showroom. La question de recherche à laquelle je souhaite répondre est : en quoi l'intégration d'une stratégie polysensorielle dans le showroom de la concession Volkswagen Percy Motors à Wavre peut-elle stimuler la perception d'un potentiel acheteur d'une voiture ?

Les résultats seront exploités dans le cadre de mon mémoire de fin d'études. En ce qui concerne les clients, je m'intéresse à leur perception et leurs réponses face à ces facteurs d'ambiance utilisés par le showroom de Percy Motors. Un autre rendez-vous sera fixé en fin d'interview pour analyser votre perception une fois la stratégie mise en place dans le showroom.

Cela durera entre 30 minutes et l'entretien sera enregistré — avec l'accord de l'interviewé(e) — afin de pouvoir le retranscrire plus tard. Tout ce qui est dit restera confidentiel et ne sera utilisé que dans le cadre de ce travail. Cela vous convient-il ?

Questionnaire :

Introduction

1. À propos du lieu de vente :
 - Quelles sont les choses que vous appréciez/détestez dans un lieu de vente ?
 - Comment définiriez-vous un lieu de vente agréable ?
 - Quelles sont vos attentes en termes de showroom automobile ?

Centrage

1. À propos de l'ambiance en général :
 - Comment trouvez-vous l'ambiance générale du showroom de Percy Motors ? Comment le décririez-vous en quelques mots ?
 - En quoi trouvez-vous le showroom de Percy Motors agréable/désagréable ?
 - En quoi en êtes-vous satisfait/insatisfait ? (les choses que vous appréciez/n'appréciez pas dans le showroom de Percy Motors ?)
 - Avez-vous des suggestions et/ou solutions à proposer ? Si oui, lesquelles ?

Approfondissement

1. À propos du visuel :
 - Quel est votre ressenti par rapport à l'aménagement, aux couleurs, aux lumières et aux voitures exposées du showroom ?
 - En quoi la façon dont le showroom est aménagé, les couleurs, les lumières et la manière dont les voitures sont exposées vous informent sur Percy Motors ou sur les produits ?
 - En quoi la manière dont le showroom est aménagé, les couleurs, les lumières et les voitures sont exposées peut vous donner envie d'acheter une voiture chez Percy ?
 - Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?
 - Êtes-vous satisfait de celui-ci ?
2. À propos du tactile :
 - Quel est votre ressenti par rapport à la possibilité de « toucher » (dans le sens, tester, s'asseoir, essayer) les voitures ?
 - En quoi la manière dont les voitures sont accessibles au toucher vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?
 - En quoi le fait que vous puissiez « toucher » (dans le sens, tester, s'asseoir, essayer) les voitures peut vous donner envie d'acheter une voiture chez Percy ?
 - Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?
 - Êtes-vous satisfait de ceci ?
- En quoi pensez-vous que les aspects visuels et tactiles actuels du showroom sont-ils congruents/incongruents (en adéquation) entre eux ?

3. À propos des trois facteurs absents (sonores, gustatifs, olfactifs)

Sonore

- Quel serait votre ressenti si de la musique était diffusée dans le showroom ?
- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?
- En quoi cela rendrait votre expérience d'achat plus/moins agréable si de la musique était diffusée ?

Gustatif

- Quel serait votre ressenti si du café/eau était servi dans la salle d'attente du showroom ?
- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?
- En quoi cela rendrait votre expérience d'achat plus/moins agréable si du café/eau était servi dans la salle d'attente ?

Olfactif

- Quel serait votre ressenti si une fragrance (parfum d'ambiance) était diffusée dans le showroom ?
- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?
- En quoi cela rendrait votre expérience d'achat plus/moins agréable si une fragrance (parfum d'ambiance) était diffusée ?

Les trois facteurs

- Si le showroom rajoute ces trois facteurs aux deux déjà existants (visuel et tactile), celui-ci serait considéré comme polysensoriel. En quoi pensez-vous qu'un showroom polysensoriel peut offrir une ambiance plus/moins agréable dans votre expérience d'achat ?
- En quoi pensez-vous que ces trois facteurs peuvent être congruents/incongruents avec les deux autres facteurs (visuel et tactile) déjà présents ?

Conclusion

1. Remerciements

Après le remerciement, il ne faut pas oublier de fixer un autre rendez-vous d'entretien avec la personne. En effet, comme nous analysons la perception du showroom en absence de la stratégie et en présence, nous allons devoir comparer les deux perceptions d'un même individu

pour répondre à notre question de recherche et analyser si la stratégie mise en place a stimulé ou non la perception du potentiel acheteur d'une voiture.

B. Deuxième type d'entretien : entretiens de recherche sur rendez-vous avec les vendeurs

Voici le protocole suivi en détaillant les huit étapes de l'action de l'entretien :

Un protocole est également rédigé afin de respecter les mêmes démarches avec les vendeurs interrogés. Ces entretiens seront moins profonds que ceux des clients, mais auront autant d'importance. En effet, les vendeurs passent 8 h par jour dans le lieu de vente et comme nous l'avons vu dans les étapes de la mise en place de la stratégie de marketing sensoriel, il faut réaliser un pré-test d'ambiance auprès des vendeurs, car ceux-ci peuvent avoir des difficultés à travailler dans certaines de celles-ci (Rieunier, 2017) :

- Réaliser cinq entretiens avec des vendeurs de Percy Motors qui sont présents quotidiennement dans le showroom. Ces entretiens seront individuels.
- Par souci d'objectivation, les entretiens seront menés dans des situations semblables. Un rendez-vous sera pris avec chacun des cinq vendeurs dans un bureau chez Percy Motors.
- Comme les entretiens se déroulent dans les bureaux qui se trouvent dans le showroom même, il y a également la régionalisation des interprétations. La situation et le cadre des entretiens sont susceptibles d'avoir des répercussions sur le contenu présent par le répondant. C'est la raison pour laquelle nous avons décidé de mener les entretiens sur le terrain pour que le répondant puisse garder à l'esprit le même contexte.
- En ce qui concerne la structure des entretiens, ceux-ci seront assez courts et moins profonds que ceux réalisés pour les clients. Comme nous l'avons expliqué, l'ambiance fait ressortir trois types de réponses chez les clients (affectives, cognitives et comportementales). L'ambiance ne fait pas ressortir ce type de réponses chez les vendeurs et c'est pourquoi les entretiens seront moins profonds et focalisés sur un autre intérêt.
- Les entretiens seront semi-directifs. C'est-à-dire que nous suivrons un guide d'entretien préétabli, mais la dynamique de l'entretien peut changer lors de la discussion. Chaque guide d'entretien contiendra les mêmes questions.
- Les entretiens seront enregistrés.
- En ce qui concerne la préparation des entretiens, voici les éléments définis :
 - Le questionnement : les questions seront préparées.

- La population : les vendeurs de Percy Motors.
- Le mode de captation : les entretiens seront enregistrés pour en permettre la retranscription.
- Pour la mise en action de l'entretien, comme celui-ci sera moins long et profond que ceux des clients, les étapes seront moins développées :
 - La demande : adresser notre demande aux vendeurs sur le terrain, se présenter, présenter l'objectif du travail.
 - Le cadre : les entretiens seront réalisés sur le terrain, dans le showroom.
 - L'entrée en matière : nous nous présenterons lors de l'entretien et donnerons les objectifs de celui-ci.
 - L'attitude générale : le répondant sera prévenu que l'entretien est enregistré et il sera vouvoyé. Nous garderons une attitude non critique et ouverte d'esprit.
 - L'enregistrement : l'entretien sera enregistré pour permettre la retranscription et ne perdre aucun détail.
 - La clôture : remerciements et demander au répondant un autre rendez-vous dans un mois pour réaliser le deuxième entretien en présence de la stratégie.
 - Le commentaire d'entretien : une petite fiche de cadrage sera complétée après chaque entretien afin d'expliquer les conditions de l'interview et avoir quelques informations sur le vendeur :
 - Nom et prénom :
 - Vendeur depuis combien de temps chez Percy Motors :
 - Supplément d'information sur le contexte :
 - Le carnet de recherche : notre ordinateur sera utilisé comme carnet de recherche pour prendre note et il sera pris avec nous.
- En ce qui concerne le traitement des entretiens, nous noterons tous les éléments de réponses dans le carnet et les enregistrements seront retranscrits.

Grâce à ce protocole, chaque entretien sera mené avec les mêmes démarches. Pour le traitement de ces entretiens, nous suivons une posture analytique de reconstruction de sens, c'est-à-dire que ce que les interviewés disent est une base, mais qu'il faut veiller à la validité interne de notre travail.

➔ Entretiens semi-directifs individuels d'exploration et de recherche auprès du deuxième profil de répondants (vendeurs).

1. Profils des répondants

Le profil est celui-ci :

Les vendeurs : vendeurs de véhicules neufs qui passent leurs journées dans le showroom de Percy Motors.

2. Guide de recrutement

Les vendeurs sont facilement identifiables, car ce sont les seuls employés à bénéficier d'un bureau dans le showroom de la concession. Mais comme il y a quand même beaucoup d'employés circulant dans le showroom, nous pouvons demander : « *Bonjour, êtes-vous vendeur pour Percy Motors ?* » pour être sûr d'interroger le bon profil étant donné que d'autres employés peuvent être présents dans le showroom.

Si le profil correspond, nous demanderons (effectuer la demande) à la personne si elle accepte un rendez-vous pour l'entretien de recherche : « *Seriez-vous d'accord de m'accorder 30 minutes à votre meilleure convenance pour répondre à cette étude ?* ».

Si la personne ne correspond pas : « *Merci de m'avoir accordé quelques minutes de votre temps, mais nous devons cibler seulement les vendeurs de la concession pour l'enquête présente. Bonne journée.* »

3. Guide d'entretien

Ce guide d'entretien et le contrat de base ressemblent fortement à celui des clients afin de garder une certaine cohérence au niveau des thèmes. Néanmoins, les questions ont été ajustées afin qu'elles soient plus ciblées pour le profil. De plus, nous ne cherchons pas à connaître les réactions affectives, cognitives et comportementales des vendeurs, mais uniquement leur perception quant à l'ambiance actuelle et future sur leur lieu de travail et les possibles difficultés ou facilités à travailler dans l'ambiance future.

- Contrat de base :

Bonjour Madame/Monsieur,

Merci de m'accorder cet entretien et d'avoir accepté cette rencontre aujourd'hui. Je m'appelle Romane Barthélemy et je suis étudiante en communication à l'UCL. Je réalise une étude sur

l'intégration d'une stratégie de marketing sensoriel polysensorielle dans un showroom automobile et l'analyse de la perception de la clientèle suite à cette intégration. Le marketing sensoriel est défini comme : « le fait d'utiliser les facteurs d'ambiance du magasin (musique, senteurs, couleurs, sensations tactiles et gustatives) afin de susciter chez le consommateur des réactions favorables à l'acte d'achat ». Ces différents outils sensoriels sont utilisés par le commerçant dans le but de créer une ambiance agréable dans son point de vente, mais également pour communiquer son image à travers son aménagement. Je souhaite analyser la perception des clients et des vendeurs par rapport à ceux-ci. Pour cette étude, j'ai choisi d'analyser le showroom de la concession Volkswagen Percy Motors avant la stratégie et après la stratégie. La stratégie souhaitée est d'ajouter de la musique, une senteur et une sensation gustative dans le showroom. La question de recherche à laquelle je souhaite répondre est : en quoi l'intégration d'une stratégie polysensorielle dans le showroom de la concession Volkswagen Percy Motors à Wavre peut-elle stimuler la perception d'un potentiel acheteur d'une voiture ?

Les résultats seront exploités dans le cadre de mon mémoire de fin d'études. En ce qui concerne les vendeurs, je m'intéresse à leurs possibles facilités ou difficultés à travailler dans une ambiance polysensorielle. Un autre rendez-vous sera fixé en fin d'interview pour analyser vos possibles facilités ou difficultés à travailler une fois la stratégie mise en place dans le showroom.

Cela durera environ 30 minutes et l'entretien sera enregistré — avec l'accord de l'interviewé(e) — afin de pouvoir le retranscrire plus tard. Tout ce qui est dit restera confidentiel et ne sera utilisé que dans le cadre de ce travail. Cela vous convient-il ?

Questionnaire :

Introduction

1. À propos du lieu de travail :
 - Comment définiriez-vous un lieu de travail agréable ?

Centrage

1. À propos de l'ambiance globale du showroom :
 - Comment trouvez-vous l'ambiance globale du showroom de Percy Motors ? Comment le décririez-vous en quelques mots ?

Approfondissement

1. À propos du visuel

- À propos de l'aménagement du showroom et des voitures exposées, en quoi avez-vous des difficultés/facilités à travailler avec cet aspect ?
- En quoi trouvez-vous cet aspect plaisait/déplaisant pour travailler ?

2. À propos du tactile

- À propos de la possibilité de faire « toucher » (dans le sens, tester, s'asseoir, essayer) les voitures aux clients, en quoi avez-vous des difficultés/facilités à travailler avec cet aspect ?
- En quoi trouvez-vous cet aspect plaisait/déplaisant pour travailler ?
- En quoi pensez-vous que les aspects visuel et tactile actuels du showroom sont-ils congruents/incongruents (en adéquation) entre eux ?

3. À propos des trois facteurs absents (sonore, gustatif, olfactif)

Sonore

- Quel serait votre ressenti si de la musique était diffusée dans le showroom ?
- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?
- En quoi cela rendrait votre lieu de travail plus/moins agréable si de la musique était diffusée ?

Gustatif

- Quel serait votre ressenti si du café/eau était servi dans la salle d'attente du showroom ?
- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?
- En quoi cela rendrait votre lieu de travail plus/moins agréable si du café/eau était servi dans la salle d'attente ?

Olfactif

- Quel serait votre ressenti si une fragrance (parfum d'ambiance) était diffusée dans le showroom ?
- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?
- En quoi cela rendrait votre lieu de travail plus/moins agréable si une fragrance (parfum d'ambiance) était diffusée ?

Les trois facteurs

- En quoi pourriez-vous éprouver des difficultés/facilités si ces trois facteurs d'ambiance étaient rajoutés dans le showroom ?
- Si le showroom rajoute ces trois facteurs aux deux déjà existants (visuel et tactile), celui-ci serait considéré comme polysensoriel. En quoi pensez-vous qu'un showroom polysensoriel peut offrir une ambiance plus/moins agréable dans votre lieu de travail ?
- En quoi pensez-vous que ces trois facteurs peuvent être congruents/incongruents (en adéquation/pas en adéquation) avec les deux autres facteurs (visuel et tactile) déjà présents ?

Conclusion

1. Remerciements

Après le remerciement, il ne faut pas oublier de fixer un autre rendez-vous d'entretien avec le vendeur. Mais rappelons que cet entretien n'aura pas le même intérêt que pour celui des clients. En effet, ce premier entretien a pour but d'analyser la perception du vendeur dans le cadre de son lieu de travail et son bien-être, et non pas dans le cadre d'une éventuelle stimulation de leur perception dans le cadre d'un potentiel achat. Ici, nous souhaitons surtout savoir si les vendeurs pourraient ressentir quelconques difficultés ou facilités à travailler avec les futurs facteurs d'ambiance que l'on souhaite ajouter. Le futur entretien aura comme intérêt de prendre en compte l'avis des vendeurs sur l'intégration du concept et s'ils éprouvent des facilités ou difficultés pour travailler maintenant que le concept est intégré.

Les données produites grâce à ces entretiens seront exploitées lors de la phase d'interprétation, lors de la mise en œuvre de la stratégie de marketing sensoriel et lors de la réponse à la question de recherche.

Ces entretiens seront analysés selon une posture analytique. C'est-à-dire que nous allons confronter les entretiens avec la lecture scientifique effectuée au préalable.

Annexe n° 3 : Retranscriptions des entretiens

A. Entretiens avec les clients

1. Entretien n° 1 : Laurence Vankrunkelsven

Questionnaire

Introduction

À propos du lieu de vente :

- Quelles sont les choses que vous appréciez/détestez dans un lieu de vente ?

Je déteste quand ça pue, je trouve que l'odeur peut être désagréable pour la visite, quand l'attente est trop longue, et un personnel désagréable ou qui ne sache pas répondre à mes attentes ou qui ne sait juste pas me répondre. Ce que j'apprécie, c'est quand ça sent bon, un bon service à la clientèle, des choses qui font que je me sente bien en rentrant.

- Comment définiriez-vous un lieu de vente agréable ?

Moi je dirai propreté des lieux, un personnel aimable qui propose un bon service, où je me sens bien, éclairé, avec des vitres pour la lumière naturelle, une salle d'attente confortable.

- Quelles sont vos attentes en termes de showroom automobile ?

Une salle d'attente agréable, un bel assortiment de voitures avec tous les modèles si possible pour son choix et un personnel à l'écoute de mes besoins et qui m'accueille rapidement.

Centrage

À propos de l'ambiance en général :

- Comment trouvez-vous l'ambiance générale du showroom de Percy Motors ? Comment le décririez-vous en quelques mots ?

Je trouve qu'elle est bien, mais parfois le personnel du service après-vente n'est pas aimable donc ça met une mauvaise ambiance je trouve enfin ça me met de mauvaise humeur. Le showroom, il est un peu petit, le parking est mal fait, je trouve que l'intérieur est beau par exemple comparé à Opel où les couleurs sont horribles et chez Percy, il y a beaucoup de voitures neuves exposées dedans, beaucoup de modèles.

- En quoi trouvez-vous le showroom de Percy Motors agréable/désagréable ?

Il est pas spécialement agréable ou désagréable, je n'aime pas l'odeur de l'écurie et le parking, mais à l'intérieur on se sent bien, mais je trouve qu'on pourrait aménager la salle d'attente ou une salle pour que les gens qui attendent puissent travailler le temps de l'attente.

- En quoi en êtes-vous satisfait/insatisfait ? (les choses que vous appréciez/n'appréciez pas dans le showroom de Percy Motors ?)

Je suis satisfaite en général, je n'ai pas vraiment de commentaires à faire sur le showroom.

- Avez-vous des suggestions et/ou solutions à proposer ? Si oui, lesquelles ?

Une pièce à part pour travailler quand on attend, pour être dans le calme. Je sais qu'il y a du wifi accessible dans le showroom donc ça, c'est déjà un avantage.

Approfondissement

À propos du visuel :

- Quel est votre ressenti par rapport à l'aménagement, aux couleurs, aux lumières et aux voitures exposées du showroom ?

Assez lumineux pour les lumières, mais pour les voitures, elles sont un peu entassées l'une sur l'autre par contre, dans un autre garage les voitures sont moins serrées, mais j'aime bien les bureaux comment ils sont aménagés, c'est plus intime.

- En quoi la façon dont le showroom est aménagé, les couleurs, les lumières et la manière dont les voitures sont exposées vous informent sur Percy Motors ou sur les produits ?

Il y a une feuille à l'avant de la voiture qui explique les options et les prix donc déjà ça, ça m'informe. Puis comment les voitures sont exposées, on sait voir si elle est bien équipée ou non. J'attends aussi que les vendeurs viennent répondre à mes questions de toute façon, c'est ça qui informe le mieux.

- En quoi la manière dont le showroom est aménagé, les couleurs, les lumières et les voitures sont exposées peut vous donner envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Ça ne m'influence pas dans mon choix, le showroom peut être sale, mais si je veux une voiture en particulier et que le vendeur est compétent, l'aménagement ne va pas m'influencer.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

Je trouve que c'est bien, c'est propre, c'est lumineux, mais par contre les voitures devraient être mieux disposées.

- Êtes-vous satisfait de celui-ci ?

Oui

À propos du tactile :

- Quel est votre ressenti par rapport à la possibilité de « toucher » (dans le sens, tester, s'asseoir, essayer) les voitures ?

Je trouve que c'est important. C'est important de pouvoir toucher pour se sentir bien dedans et voir que ça nous convient.

- En quoi la manière dont les voitures sont accessibles au toucher vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

Même si on a les infos écrites, la toucher, ça nous informe sur la qualité. Avant, j'avais une Fiat. Il était mis plastique et chez VW, il est aussi écrit plastique. Pourtant, on sent bien que ce n'est pas du tout la même qualité, c'est différent et pourtant c'est écrit plastique aussi rien qu'en touchant, ça nous informe sur beaucoup de choses.

- En quoi le fait que vous puissiez « toucher » (dans le sens, tester, s'asseoir, essayer) les voitures peut vous donner envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Ce qui va m'influencer c'est plus le service du personnel, parce que toucher on peut le faire dans n'importe quel garage. Par contre, j'ai vu qu'on pouvait toucher des échantillons qu'ils disposaient sur un mur. Ça, ça peut m'influencer parce que tous les garages ne proposent pas ça, parfois les gens achètent sur base de ce que le vendeur raconte et quand la voiture arrive, ça ne leur convient pas. Là au moins avec les échantillons, on peut toucher et se faire une image.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

C'est important, on n'achète pas une voiture comme un pain, faut bien voir, chipoter un peu et tout. C'est un budget une voiture donc c'est vraiment nécessaire de pouvoir la tester.

- Êtes-vous satisfait de ceci ?

Oui

- En quoi pensez-vous que les aspects visuels et tactiles actuels du showroom sont-ils congruents/incongruents (en adéquation) entre eux ?

Ils doivent aller ensemble et chez Percy, c'est en adéquation vu que c'est visible et accessible.

À propos des trois facteurs absents (sonores, gustatifs, olfactifs)

Sonore

- Quel serait votre ressenti si de la musique était diffusée dans le showroom ?

Ça serait mieux parce que là, c'est trop calme et on entend les autres parler, c'est un peu malaisant. Et quand on attend, j'ai l'impression que ça dure des heures. La musique influence un peu le temps que passe je trouve.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

Je trouve que c'est dommage. Ça ne coûte pas grand-chose pour rendre un showroom plus agréable.

- En quoi cela rendrait votre expérience d'achat plus/moins agréable si de la musique était diffusée ?

Ça créerait une meilleure atmosphère et c'est un peu en fonction de ça qu'on achète aussi vu que les garages vendent les mêmes voitures de toute façon. Il faut quelque chose pour se différencier. Je vais où c'est bien, où ça me met en confiance.

Gustatif

- Quel serait votre ressenti si du café/eau était servi dans la salle d'attente du showroom ?

J'aimerais bien du café et des biscuits parce que l'attente peut être longue, ou rajouter des magazines et comme ce n'est pas un garage basse gamme, je m'attends un café de marque.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

Je trouve que ça fait un peu « cheap », ça veut dire un garage qui fait moins d'efforts alors que les voitures coûtent cher quand même... Et ça peut améliorer l'ambiance, ce n'est pas un gros investissement.

- En quoi cela rendrait votre expérience d'achat plus/moins agréable si du café/eau était servi dans la salle d'attente ?

Si je dois attendre d'être reçue et que je sais que je peux me servir en attendant, ça rend l'expérience plus agréable.

Olfactif

- Quel serait votre ressenti si une fragrance (parfum d'ambiance) était diffusée dans le showroom ?

Ça peut être plus agréable parce que l'odeur de l'écurie voisine me dérange énormément... Ça ne donne pas une bonne impression et en plus le parking énerve. Évidemment, on ne choisit pas ses voisins, mais il faut s'adapter en fonction.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

Comme ce n'est pas là (pas présent) on y pense pas, ce n'est pas nécessaire je trouve pour l'achat et j'aime l'odeur des voitures neuves.

- En quoi cela rendrait votre expérience d'achat plus/moins agréable si une fragrance (parfum d'ambiance) était diffusée ?

L'ambiance du showroom est liée à l'expérience d'achat, tout est lié ensemble. Donc c'est un ensemble de plein de choses qui vont rendre la chose plus agréable, et pas le parfum diffusé spécifiquement, mais rien que pour faire oublier l'odeur de l'écurie, ça serait pas mal.

Les trois facteurs

- Si le showroom rajoute ces trois facteurs aux deux déjà existants (visuel et tactile), celui-ci serait considéré comme polysensoriel. En quoi pensez-vous qu'un showroom polysensoriel peut offrir une ambiance plus/moins agréable dans votre expérience d'achat ?

Oui parce que c'est un tout qui va faire que l'expérience sera de mieux en mieux.

- En quoi pensez-vous que ces trois facteurs peuvent être congruents/incongruents avec les deux autres facteurs (visuel et tactile) déjà présents ?

Ça peut l'être s'ils ne font pas des trucs trop luxueux ou trop cheap, ils sont milieux de gamme donc les facteurs qu'ils rajoutent doivent l'être aussi. Tout doit s'accorder. Par exemple, une machine Nespresso ira mieux chez Audi comme c'est haut de gamme. Chez Percy, ça doit rester simple n'empêche.

Commentaire d'entretien

- Nom et prénom : Vankrunkelsven Laurence
- Âge : 48 ans
- Sexe : Femme
- Statut : client particulier/~~professionnel~~
- Raison de la visite : a déjà une voiture Percy et vient acheter une voiture pour sa fille
- Supplément d'information sur le contexte : peu de gens dans le showroom, très calme

2. Entretien n° 2 : Andréa Mathey

Questionnaire

Introduction

À propos du lieu de vente :

- Quelles sont les choses que vous appréciez/détestez dans un lieu de vente ?

Je déteste quand la musique va trop fort, quand le personnel est désagréable ou trop insistant, ou un endroit trop sombre. J'aime bien pouvoir faire mon tour, être à l'aise, trouver ce qu'il me faut, être bien conseillée.

- Comment définiriez-vous un lieu de vente agréable ?

Un endroit où tout va ensemble, déjà visuellement si c'est mal arrangé ce n'est pas agréable.

Un endroit où ce n'est pas surchargé.

- Quelles sont vos attentes en termes de showroom automobile ?

Habituellement quand on veut acheter une voiture, on sait quel modèle on veut sinon on ne se déplace pas. Donc, quand j'entre dans le showroom je m'attends à ce que le modèle soit présent, à pouvoir l'essayer, le toucher, tester les options... bref, me faire mon idée. C'est aussi important d'être renseigné par un vendeur, assez rapidement, je trouve que c'est à eux d'aller vers nous.

Centrage

À propos de l'ambiance en général :

- Comment trouvez-vous l'ambiance générale du showroom de Percy Motors ? Comment le décririez-vous en quelques mots ?

Bonne, j'ai été accueillie rapidement, l'ambiance est agréable, les voitures sont bien exposées.

- En quoi trouvez-vous le showroom de Percy Motors agréable/désagréable ?

Je le trouve calme honnêtement, mais je le trouve beau. Il n'est pas désagréable, et je trouve qu'il y fait bon vivre.

- En quoi en êtes-vous satisfait/insatisfait ? (les choses que vous appréciez/n'appréciez pas dans le showroom de Percy Motors ?)

Je suis satisfaite parce que tout y est, les voitures, les modèles, l'aménagement, les différents services, les vendeurs...

- Avez-vous des suggestions et/ou solutions à proposer ? Si oui, lesquelles ?

Non pas spécialement.

Approfondissement

À propos du visuel :

- Quel est votre ressenti par rapport à l'aménagement, aux couleurs, aux lumières et aux voitures exposées du showroom ?

J'apprécie, j'aime bien les couleurs, c'est simple, c'est agréable. On retrouve les couleurs de la marque, et avec les vitres c'est bien éclairé, ça paraît plus grand même si le showroom est assez petit je trouve surtout qu'ils ont de grosses voitures dans leur gamme.

- En quoi la façon dont le showroom est aménagé, les couleurs, les lumières et la manière dont les voitures sont exposées vous informent sur Percy Motors ou sur les produits ?

On retrouve les couleurs de la marque donc rien que ça ça m'informe. Ensuite, les voitures plus haut de gamme se trouvent à un endroit précis, on le remarque direct donc ça aide pour se repérer. Il y a aussi un lutrin avec des infos sur la voiture.

- En quoi la manière dont le showroom est aménagé, les couleurs, les lumières et les voitures sont exposées peut vous donner envie d'acheter une voiture chez Percy ?

C'est un showroom relativement bien aménagé, lumineux, même s'il est petit par rapport à la gamme, celui de Ottignies est encore plus petit et restreint donc on se sent à l'étroit et il y a moins de possibilités de voir les voitures ou alors il faut aller dehors, c'est désagréable. Chez Percy, ça donne plus envie en plus si on achète, on va quand même devoir y revenir pour les entretiens ou autre donc autant choisir un qui est agréable.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

Ça doit être présent, c'est normal pour ce type de produits.

- Êtes-vous satisfait de celui-ci ?

Oui.

À propos du tactile :

- Quel est votre ressenti par rapport à la possibilité de « toucher » (dans le sens, tester, s'asseoir, essayer) les voitures ?

Je trouve ça aussi normal pour ce type de produits. On paie déjà une voiture au moins 10 000 €, donc pour être sûr de bien investir, c'est important de pouvoir tester et chez Percy, comme ailleurs, c'est présent.

- En quoi la manière dont les voitures sont accessibles au toucher vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

Ça nous informe sur plein d'aspects, la qualité, les fonctionnalités, le confort... Ici, tout est ouvert donc on peut faire toucher à son aise.

- En quoi le fait que vous puissiez « toucher » (dans le sens, tester, s'asseoir, essayer) les voitures peut vous donner envie d'acheter une voiture chez Percy ?

C'est présent partout donc ce n'est pas ça qui va me donner plus envie chez Percy qu'ailleurs.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

Ça doit être présent comme pour l'autre aspect. Je trouve ça logique et ça aide dans le choix final.

- Êtes-vous satisfait de ceci ?

Oui.

- En quoi pensez-vous que les aspects visuels et tactiles actuels du showroom sont-ils congruents/incongruents (en adéquation) entre eux ?

Ils sont associés, si l'on peut voir sans toucher ça serait incohérent.

À propos des trois facteurs absents (sonores, gustatifs, olfactifs)

Sonore

- Quel serait votre ressenti si de la musique était diffusée dans le showroom ?

Tout dépend du volume, il faut trouver un juste milieu. Ça peut être n'importe quel type de musique, il faut que ça soit agréable. Dans mon magasin, je mets Antipode, mais je ne le mets pas à fond ou trop bas. Ça doit me plaire comme ça doit plaire à mes clients. C'est pareil pour Percy, et ça fait plaisir je trouve d'entendre de la musique en fond sonore.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

Ça rend l'endroit trop calme, trop vide.

- En quoi cela rendrait votre expérience d'achat plus/moins agréable si de la musique était diffusée ?

Ça rendrait la chose plus agréable, comme pour tout le monde, je pense. Quel magasin ne met pas de musique de nos jours ? Ça doit faire partie de la visite, de l'aménagement.

Gustatif

- Quel serait votre ressenti si du café/eau était servi dans la salle d'attente du showroom ?

Pour l'attente, ce n'est pas plus mal. Vous êtes là parfois pour 30 minutes ou une heure, vous avez soif et vous n'avez rien sur vous. Ça peut être embêtant. Pour la musique aussi, une attente dans le silence c'est pesant. Pouvoir se servir, on apprécie toujours et ça donne une bonne image de l'endroit.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

C'est manquant en effet pour accompagner l'attente.

- En quoi cela rendrait votre expérience d'achat plus/moins agréable si du café/eau était servi dans la salle d'attente ?

Quand c'était les conditions Salon, on a attendu 25 minutes au moins dans le showroom. Donc avec un verre d'eau ou un petit café, ça aurait rendu l'attente « d'achat », enfin l'attente d'être reçu pour acheter plus agréable en effet.

Olfactif

- Quel serait votre ressenti si une fragrance (parfum d'ambiance) était diffusée dans le showroom ?

Ça, je n'en suis pas convaincue. L'odeur de la voiture neuve joue beaucoup sur les émotions. J'aime beaucoup sentir le cuir, le neuf. Si une odeur passe au-dessus de celle-là, ça ne sera pas pareil. Je pense que ça peut rendre ça désagréable pour moi.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

Je ne pense pas que ça ajouterait quelque chose si c'était présent donc son absence me convient. Ou alors, si vraiment ça doit être installé, quelque chose de léger qu'on sent en entrant, qui met de bonne humeur dès le premier pas et puis qu'on oublie.

- En quoi cela rendrait votre expérience d'achat plus/moins agréable si une fragrance (parfum d'ambiance) était diffusée ?

Un parfum trop fort rendrait ça désagréable. Surtout que l'odeur du neuf est importante pour moi. Ça doit vraiment être léger.

Les trois facteurs

- Si le showroom rajoute ces trois facteurs aux deux déjà existants (visuel et tactile), celui-ci serait considéré comme polysensoriel. En quoi pensez-vous qu'un showroom polysensoriel peut offrir une ambiance plus/moins agréable dans votre expérience d'achat ?

Je ne vois pas ce que le parfum peut ajouter, c'est moins cohérent qu'avec les autres facteurs. Mais pour le reste, ça rendrait l'atmosphère plus agréable en effet.

- En quoi pensez-vous que ces trois facteurs peuvent être congruents/incongruents avec les deux autres facteurs (visuel et tactile) déjà présents ?

Parfum incongruent avec le reste, honnêtement. Pour les autres, c'est logique selon moi, ça convient bien.

Commentaire d'entretien

- Nom et prénom : Mathey Andréa
- Âge : 50 ans
- Sexe : Femme
- Statut : client ~~particulier~~/professionnel
- Raison de la visite : est indépendante et n'a jamais acheté de voiture chez Percy
- Supplément d'information sur le contexte : peu de gens dans le showroom, très calme

3. Entretien n° 3 : Sabine Verhaegen

Questionnaire

Introduction

À propos du lieu de vente :

- Quelles sont les choses que vous appréciez/détestez dans un lieu de vente ?

J'apprécie que le lieu de vente soit beau, bien arrangé, agréable à voir et à s'y promener, que ça soit espacé. Je n'aime pas les endroits trop surchargés ou peu éclairés.

- Comment définiriez-vous un lieu de vente agréable ?

Aéré, calme, agréable, espacé, propre.

- Quelles sont vos attentes en termes de showroom automobile ?

Que les modèles soient exposés et qu'on puisse compter sur les vendeurs pour avoir des indications.

Centrage

À propos de l'ambiance en général :

- Comment trouvez-vous l'ambiance générale du showroom de Percy Motors ? Comment le décririez-vous en quelques mots ?

L'atmosphère est professionnelle je dirais, parce qu'on voit qu'ils prennent soin du showroom et des voitures, c'est une bonne ambiance pour regarder les voitures.

- En quoi trouvez-vous le showroom de Percy Motors agréable/désagréable ?

Je le trouve agréable, car il a bien été réaménagé, je trouve que c'est un showroom agréable, mais le parking est compliqué et je le trouve un peu calme, ça c'est un peu désagréable.

- En quoi en êtes-vous satisfait/insatisfait ? (les choses que vous appréciez/n'appréciez pas dans le showroom de Percy Motors ?)

Je trouve que l'assortiment de voitures exposées est bien, c'est satisfaisant pour comparer. Mais je trouve qu'elles sont un peu l'une sur l'autre, c'est difficile pour essayer, le showroom est petit.

- Avez-vous des suggestions et/ou solutions à proposer ? Si oui, lesquelles ?

Réfléchir à un autre aménagement pour gagner de l'espace peut-être et rendre tout cela plus agréable.

Approfondissement

À propos du visuel :

- Quel est votre ressenti par rapport à l'aménagement, aux couleurs, aux lumières et aux voitures exposées du showroom ?

Si on fait bien attention, on voit que les spots éclairent bien les voitures. Donc il y a la lumière naturelle grâce aux vitres et une lumière artificielle au plafond. Grâce à ça, l'espace est très lumineux c'est agréable. Pour l'aménagement, tout est bien indiqué, mais le service après-vente devrait être à l'entrée je trouve. Les voitures exposées sont biens aussi je trouve, il y a tous les modèles, on peut comparer les tailles, etc.

- En quoi la façon dont le showroom est aménagé, les couleurs, les lumières et la manière dont les voitures sont exposées vous informent sur Percy Motors ou sur les produits ?

Comme il y a tous les modèles, ça m'informe sur les dimensions, les couleurs possibles... Donc c'est surtout l'aménagement des voitures exposées qui m'aide à m'informer puis les vendeurs complètent le reste.

- En quoi la manière dont le showroom est aménagé, les couleurs, les lumières et les voitures sont exposées peut vous donner envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Je trouve que rien n'est trompeur, on a toutes les infos, tout ce qu'on a besoin sous les yeux pour faire son choix donc Percy fait ce qu'il faut pour mettre en confiance pour donner envie d'acheter là.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

On ne saurait pas acheter de voiture si ce n'était pas présent, je trouve que c'est indispensable. Acheter une voiture sur base d'une image, sauf si l'on rachète la même voiture, c'est impossible.

- Êtes-vous satisfait de celui-ci ?

Oui clairement.

À propos du tactile :

- Quel est votre ressenti par rapport à la possibilité de « toucher » (dans le sens, tester, s'asseoir, essayer) les voitures ?

Ça aussi c'est nécessaire. On reste assis dans notre voiture pendant des heures parfois, il faut au moins que ça soit confortable et pour pouvoir juger ça, il faut essayer ou toucher oui.

- En quoi la manière dont les voitures sont accessibles au toucher vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

Ah oui ça informe sur les matières, le confort, la qualité des matériaux, les bruits, l'utilisation... Comme elles sont ouvertes à tous dans le showroom, on peut tout toucher et essayer donc on apprend plein des choses.

- En quoi le fait que vous puissiez « toucher » (dans le sens, tester, s'asseoir, essayer) les voitures peut vous donner envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Pas plus qu'ailleurs comme c'est comme ça partout.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

Je trouve ça normal comme c'est comme ça partout, ça fait partie des critères d'un showroom.

- Êtes-vous satisfait de ceci ?

Oui.

- En quoi pensez-vous que les aspects visuels et tactiles actuels du showroom sont-ils congruents/incongruents (en adéquation) entre eux ?

Oui c'est congruent parce qu'on doit pouvoir voir la voiture et pouvoir la toucher, ça va ensemble quoi pour faire son choix.

À propos des trois facteurs absents (sonores, gustatifs, olfactifs)

Sonore

- Quel serait votre ressenti si de la musique était diffusée dans le showroom ?

Ça serait bien parce que là c'est fort calme.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

On ressent que c'est manquant, quand on rentre dans le showroom c'est un peu frappant que ça soit si calme.

- En quoi cela rendrait votre expérience d'achat plus/moins agréable si de la musique était diffusée ?

Ça serait plus gai je trouve, ça mettrait de bonne humeur un peu inconsciemment. Dans le calme, ça fait trop sérieux.

Gustatif

- Quel serait votre ressenti si du café/eau était servi dans la salle d'attente du showroom ?

Ici j'ai eu un accident avec ma voiture et j'ai dû attendre quand même longtemps que l'expert de l'assurance fasse le tour de la voiture, regarde les dégâts... Et j'étais vraiment dans un état de stress et d'énervement. Je pense qu'un petit café ou même juste un verre d'eau, ça peut détendre.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

C'est manquant aussi, ça améliorerait le service et l'attente.

- En quoi cela rendrait votre expérience d'achat plus/moins agréable si du café/eau était servi dans la salle d'attente ?

Plus agréable parce que ça détend, ça aide à patienter.

Olfactif

- Quel serait votre ressenti si une fragrance (parfum d'ambiance) était diffusée dans le showroom ?

Ça peut être vraiment bien, une bonne odeur met de bonne humeur et c'est une chose qu'on remarque rapidement.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

Je n'y ai pas fait attention, mais ça pourrait être présent pour rendre le showroom agréable.

- En quoi cela rendrait votre expérience d'achat plus/moins agréable si une fragrance (parfum d'ambiance) était diffusée ?

Une bonne odeur, ça rend tout plus agréable et l'on met aussi du parfum chez soi pour que ça soit plus agréable donc pourquoi pas dans un magasin.

Les trois facteurs

- Si le showroom rajoute ces trois facteurs aux deux déjà existants (visuel et tactile), celui-ci serait considéré comme polysensoriel. En quoi pensez-vous qu'un showroom polysensoriel peut offrir une ambiance plus/moins agréable dans votre expérience d'achat ?

Je pense que ça peut rendre mon expérience davantage agréable surtout pour l'attente sur place. Attendre, c'est déjà énervant, mais si l'on rend l'attente plus agréable, on s'en souviendra.

- En quoi pensez-vous que ces trois facteurs peuvent être congruents/incongruents avec les deux autres facteurs (visuel et tactile) déjà présents ?

Je trouve congruent parce que tout fait en sorte que le showroom soit plus agréable simplement.

Commentaire d'entretien

- Nom et prénom : Verhaegen Sabine
- Âge : 46 ans
- Sexe : Femme
- Statut : client particulier/~~professionnel~~
- Raison de la visite : a besoin d'une voiture rapidement suite à un accident
- Supplément d'information sur le contexte : peu de gens dans le showroom, très calme

4. Entretien n° 4 : Danièle Grégoire

Questionnaire

Introduction

À propos du lieu de vente :

- Quelles sont les choses que vous appréciez/détestez dans un lieu de vente ?

J'apprécie que ça soit accueillant, avec de belles couleurs, facile de s'y retrouver. Je déteste les magasins style Ikea ou les supermarchés où on s'y perd et qu'on cherche quelque chose pendant des heures.

- Comment définiriez-vous un lieu de vente agréable ?

Éclairé, bien aménagé, de belles couleurs.

- Quelles sont vos attentes en termes de showroom automobile ?

Qu'on m'accueille rapidement, qu'on m'aide à trouver ce qu'il me faut, pouvoir voir la voiture, l'essayer sur la route, etc.

Centrage

À propos de l'ambiance en général :

- Comment trouvez-vous l'ambiance générale du showroom de Percy Motors ? Comment le décririez-vous en quelques mots ?

Un peu trop calme, trop neutre je dirais, un peu froide.

- En quoi trouvez-vous le showroom de Percy Motors agréable/désagréable ?

Désagréable parce qu'un peu froid, mais agréable parce qu'on sait voir tous les modèles et les vendeurs sont sympathiques et dynamiques.

- En quoi en êtes-vous satisfait/insatisfait ? (les choses que vous appréciez/n'appréciez pas dans le showroom de Percy Motors ?)

A priori rien ne me rend insatisfaite, j'ai eu les infos dont j'avais besoin, j'ai pu voir la voiture, etc. donc j'en suis satisfaite.

- Avez-vous des suggestions et/ou solutions à proposer ? Si oui, lesquelles ?

Essayer peut-être de le rendre plus dynamique, plus vivant.

Approfondissement

À propos du visuel :

- Quel est votre ressenti par rapport à l'aménagement, aux couleurs, aux lumières et aux voitures exposées du showroom ?

Les couleurs vont bien ensemble, elles ne sont pas criardes ou dérangeantes. Les lumières sont agréables aussi. Les voitures sont bien disposées, on sait toutes les voir sans problème.

- En quoi la façon dont le showroom est aménagé, les couleurs, les lumières et la manière dont les voitures sont exposées vous informent sur Percy Motors ou sur les produits ?

Les couleurs et lumières non, mais l'aménagement aide à savoir où se trouve les voitures comme d'un côté il y a les petites et de l'autre les grosses. Pour les voitures exposées, ça informe inévitablement sur le produit comme elles sont devant nous.

- En quoi la manière dont le showroom est aménagé, les couleurs, les lumières et les voitures sont exposées peut vous donner envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Comme c'est un showroom quand même agréable, ça donne envie d'acheter là oui, les voitures ont l'air bien entretenues et propres donc, le service a l'air de suivre.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

Je trouve que c'est normal, un showroom sans voiture présente, sauf si c'est un modèle très spécifique, ce n'est pas un showroom.

- Êtes-vous satisfait de celui-ci ?

Oui.

À propos du tactile :

- Quel est votre ressenti par rapport à la possibilité de « toucher » (dans le sens, tester, s'asseoir, essayer) les voitures ?

C'est bien parce que sans ça, on ne sait pas choisir.

- En quoi la manière dont les voitures sont accessibles au toucher vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

Ça nous informe sur tout ce que la voiture possède ou peut posséder, sur ses avantages, ses inconvénients.

- En quoi le fait que vous puissiez « toucher » (dans le sens, tester, s'asseoir, essayer) les voitures peut vous donner envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Ils proposent des essais sur route, accompagnés ou non. C'est bien pour faire son choix et ça met en confiance. Tous les garages ne proposent pas ça, je pense, ou alors il faut se déplacer dans d'autres garages ou à l'usine pour essayer, c'est compliqué.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

Je trouve ça bien que ça soit autant accessible aux clients parce qu'on va rouler beaucoup avec la voiture qu'on souhaite acheter donc il faut être sûre que chaque aspect nous convienne.

- Êtes-vous satisfait de ceci ?

Oui.

- En quoi pensez-vous que les aspects visuels et tactiles actuels du showroom sont-ils congruents/incongruents (en adéquation) entre eux ?

Ils vont ensemble, on voit et l'on essaie.

À propos des trois facteurs absents (sonores, gustatifs, olfactifs)

Sonore

- Quel serait votre ressenti si de la musique était diffusée dans le showroom ?

Ça rendrait l'endroit beaucoup plus vivant, plus agréable.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

On ressent que c'est vraiment trop calme. Là, on entend les voitures être déplacées, c'est un peu dérangent, on se concentre sur ça. Alors que si de la musique était diffusée, ça masquerait ce genre de bruits.

- En quoi cela rendrait votre expérience d'achat plus/moins agréable si de la musique était diffusée ?

Ça rendrait mon expérience meilleure je trouve parce que je me sentirai plus à l'aise dans le showroom.

Gustatif

- Quel serait votre ressenti si du café/eau était servi dans la salle d'attente du showroom ?

Ça peut être bien si l'on doit attendre un petit moment, ça aide à passer le temps, à se désaltérer.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

Là je ne l'ai pas vraiment ressenti parce que je n'ai pas eu le temps d'attendre. Mais ça peut se ressentir quand on attend et ça peut rendre ça plus agréable aussi.

- En quoi cela rendrait votre expérience d'achat plus/moins agréable si du café/eau était servi dans la salle d'attente ?

Plus agréable, car ça peut faire plaisir lors de la visite et de l'attente.

Olfactif

- Quel serait votre ressenti si une fragrance (parfum d'ambiance) était diffusée dans le showroom ?

Ça peut être bien. J'aime bien les endroits où ça sent bon, c'est plaisant un endroit parfumé.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

Ici je ne l'ai pas ressenti non plus parce qu'il n'y avait pas d'autres odeurs, mais ça pourrait être rajouté.

- En quoi cela rendrait votre expérience d'achat plus/moins agréable si une fragrance (parfum d'ambiance) était diffusée ?

Je trouve que ça donnerait un côté plus chaleureux.

Les trois facteurs

- Si le showroom rajoute ces trois facteurs aux deux déjà existants (visuel et tactile), celui-ci serait considéré comme polysensoriel. En quoi pensez-vous qu'un showroom polysensoriel peut offrir une ambiance plus/moins agréable dans votre expérience d'achat ?

Parce que plus l'ambiance est agréable, plus l'expérience d'achat le sera. Donc ce sont de bonnes idées pour améliorer la visite je trouve.

- En quoi pensez-vous que ces trois facteurs peuvent être congruents/incongruents avec les deux autres facteurs (visuel et tactile) déjà présents ?

Ce sont tous des facteurs qui amélioreront la visite donc c'est congruent dans le sens où ça va bien ensemble dans le cadre d'une visite agréable.

Commentaire d'entretien

- Nom et prénom : Grégoire Danièle
- Âge : 49 ans
- Sexe : Femme
- Statut : client particulier/~~professionnel~~
- Raison de la visite : cherche une petite voiture de ville et a un budget limité
- Supplément d'information sur le contexte : beaucoup de bruits des voitures sont déplacées dans le showroom

5. Entretien n° 5 : Christine Destexhe

Questionnaire

Introduction

À propos du lieu de vente :

- Quelles sont les choses que vous appréciez/détestez dans un lieu de vente ?

J'aime bien un magasin propre, bien rangé, un peu original. Je n'aime pas les endroits trop bruyant, mal rangé, mal aménagé où c'est mal indiqué.

- Comment définiriez-vous un lieu de vente agréable ?

Un lieu où on ne sent pas agressé par les vendeurs, où je peux regarder à mon aise et que je trouve rapidement ce que j'ai besoin.

- Quelles sont vos attentes en termes de showroom automobile ?

Avoir toutes les infos possibles et qu'on puisse bien me conseiller, avoir la possibilité de voir la voiture qui me convient, l'essayer.

Centrage

À propos de l'ambiance en général :

- Comment trouvez-vous l'ambiance générale du showroom de Percy Motors ? Comment le décririez-vous en quelques mots ?

Bonne, accueillante, agréable.

- En quoi trouvez-vous le showroom de Percy Motors agréable/désagréable ?

Agréable parce qu'il est propre, lumineux, sobre.

- En quoi en êtes-vous satisfait/insatisfait ? (les choses que vous appréciez/n'appréciez pas dans le showroom de Percy Motors ?)

Satisfaite parce qu'on a su me faire essayer la voiture, elle était présente dans le showroom donc j'ai pu la regarder à l'aise.

- Avez-vous des suggestions et/ou solutions à proposer ? Si oui, lesquelles ?

Aucune.

Approfondissement

À propos du visuel :

- Quel est votre ressenti par rapport à l'aménagement, aux couleurs, aux lumières et aux voitures exposées du showroom ?

Je trouve que les vitraux sont super lumineux, c'est vraiment agréable quand il fait beau dehors. L'aménagement intérieur est bien et les bureaux sont agréables aussi je trouve. Pour les voitures, on sait vraiment voir chaque modèle en « vrai », analyser la hauteur, la longueur, etc. C'est ce qu'il faut.

- En quoi la façon dont le showroom est aménagé, les couleurs, les lumières et la manière dont les voitures sont exposées vous informent sur Percy Motors ou sur les produits ?

Comme j'ai dit ça informe sur la hauteur, longueur, l'aspect extérieur, la couleur de la voiture, etc.

- En quoi la manière dont le showroom est aménagé, les couleurs, les lumières et les voitures sont exposées peut vous donner envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Ça donne envie d'acheter là parce qu'on a vraiment chaque modèle à notre disposition, ça aide vraiment dans le choix. On comprend qu'ils sont là pour aider le client et pas pour vendre à tout prix.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

Ça doit être présent.

- Êtes-vous satisfait de celui-ci ?

Oui.

À propos du tactile :

- Quel est votre ressenti par rapport à la possibilité de « toucher » (dans le sens, tester, s'asseoir, essayer) les voitures ?

C'est super important aussi. Je dois trouver une voiture dans le budget de l'entreprise que je vais garder 4 ans. Il faut que je puisse essayer pour qu'elle me convienne pendant ces 4 ans.

- En quoi la manière dont les voitures sont accessibles au toucher vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

Ça informe sur le confort, la qualité, si au toucher c'est agréable, etc.

- En quoi le fait que vous puissiez « toucher » (dans le sens, tester, s'asseoir, essayer) les voitures peut vous donner envie d'acheter une voiture chez Percy ?

C'est disponible partout maintenant donc ce n'est pas exceptionnel chez Percy.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

Ça doit être présent pour apprécier la voiture et faire son choix.

- Êtes-vous satisfait de ceci ?

Oui.

- En quoi pensez-vous que les aspects visuels et tactiles actuels du showroom sont-ils congruents/incongruents (en adéquation) entre eux ?

Ils sont en adéquation parce qu'on doit être en mesure de voir la voiture et de l'essayer pour l'adopter.

À propos des trois facteurs absents (sonores, gustatifs, olfactifs)

Sonore

- Quel serait votre ressenti si de la musique était diffusée dans le showroom ?

Je trouve ça devrait être présent parce que c'est toujours un peu plus fun un endroit où il y a un fond sonore. Maintenant, on doit quand même avoir la possibilité d'avoir une discussion sérieuse avec le vendeur donc la musique ne doit pas entacher ça.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

Je trouve que ça devrait être ajouté, ça serait plus agréable en effet.

- En quoi cela rendrait votre expérience d'achat plus/moins agréable si de la musique était diffusée ?

Ça la rendrait un peu fun, ça ferait moins sérieux et vide.

Gustatif

- Quel serait votre ressenti si du café/eau était servi dans la salle d'attente du showroom ?

Ça, je trouve que c'est un investissement à faire parce qu'on est obligé dans le contrat de leasing à venir changer nos pneus ou faire les entretiens dans le garage où on a choisi la voiture. Donc, on est susceptible de devoir patienter sur place, peut-être pas mal de temps. Et parfois on doit venir très tôt comme on travaille la journée et ce n'est pas ce qu'il y a de plus agréables. Donc, être accueillie par un petit café ou un verre d'eau, ça mettrait déjà de meilleure humeur.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

Je trouve que ça devrait être présent pour le client qui attend.

- En quoi cela rendrait votre expérience d'achat plus/moins agréable si du café/eau était servi dans la salle d'attente ?

Oui clairement et au moins si j'achète ma voiture ici, je serais contente de savoir que quand je vais devoir attendre sur place, l'attente ne sera pas trop pelante.

Olfactif

- Quel serait votre ressenti si une fragrance (parfum d'ambiance) était diffusée dans le showroom ?

Ça peut vraiment égayé l'espace je trouve, on la sentirait quand on arrive et ça rend vraiment bien de sentir une bonne odeur.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

C'est vrai que l'odeur sur le parking m'a un peu dégouté. Mais quand on entre dans le showroom, on ne le sent plus du tout, mais au moins on oublierait cette odeur pour s'en souvenir d'une bonne.

- En quoi cela rendrait votre expérience d'achat plus/moins agréable si une fragrance (parfum d'ambiance) était diffusée ?

Bien plus agréable en effet, un espace qui sent bon c'est plus agréable.

Les trois facteurs

- Si le showroom rajoute ces trois facteurs aux deux déjà existants (visuel et tactile), celui-ci serait considéré comme polysensoriel. En quoi pensez-vous qu'un showroom polysensoriel peut offrir une ambiance plus/moins agréable dans votre expérience d'achat ?

Les cinq facteurs ensemble peuvent former un tout agréable si les paramètres sont bien réglés. Plus on fait d'efforts pour rendre son lieu de vente agréable plus il le sera, mais il faut bien réfléchir à ce que le client peut ressentir.

- En quoi pensez-vous que ces trois facteurs peuvent être congruents/incongruents avec les deux autres facteurs (visuel et tactile) déjà présents ?

Comme j'ai dit, ça peut former un tout agréable et cohérent uniquement si c'est mieux aménagé et si les paramètres sont cohérents entre eux. Par exemple si la musique va trop fort, ça ne va pas. Si le parfum va trop fort, mais la musique pas assez, ça ne va pas non plus. Il faut un juste milieu.

Commentaire d'entretien

- Nom et prénom : Destexhe Christine
- Âge : 42 ans
- Sexe : Femme
- Statut : client ~~particulier~~/professionnel
- Raison de la visite : doit changer de voiture de leasing
- Supplément d'information sur le contexte : beaucoup de bruits, des voitures sont déplacées dans le showroom

6. Entretien n° 6 : Philippe Grégoire

Questionnaire

Introduction

À propos du lieu de vente :

- Quelles sont les choses que vous appréciez/détestez dans un lieu de vente ?

Ce que j'apprécie c'est la disponibilité du personnel, l'espace, le calme et la possibilité de regarder à son aise tout en étant conseillé par des vendeurs à ma demande. Ce que je déteste, c'est être harcelé par les vendeurs, la musique trop forte, peu d'espaces entre les produits... principalement ces raisons-là.

- Comment définiriez-vous un lieu de vente agréable ?

Un lieu de vente où la personne me conseille le meilleur choix du modèle en fonction de mes critères, possibilité de pouvoir toucher les produits, de pouvoir avoir un vendeur à l'écoute de mes demandes. Pour agréable, je dirais là où je peux regarder à mon aise, m'asseoir et regarder les catalogues. Ce qui serait encore mieux, c'est d'avoir une configuration en 3D où je peux configurer la voiture moi-même. Pour l'instant, on ne sait voir qu'en 2 D. J'aimerais voir le produit fini en 3D pour tout voir, ça serait l'idéal pour une vente agréable.

- Quelles sont vos attentes en termes de showroom automobile ?

L'espace entre les voitures, la disponibilité des différents modèles et options, et de pouvoir voir en réalité virtuelle la voiture que je commande, car en catalogue où photo, on ne sait pas toujours tout visualiser je trouve.

Centrage

À propos de l'ambiance en général :

- Comment trouvez-vous l'ambiance générale du showroom de Percy Motors ? Comment le décririez-vous en quelques mots ?

Je le trouve froid.

- Pourquoi froid ?

Je trouvais que ça manquait de couleurs, je ne voyais que des voitures et des bureaux de vendeurs. J'ai vu un espace pour les petits, mais en comparaison avec Piret par exemple où c'était plus aéré, chez Percy j'ai l'impression que les voitures sont l'une sur l'autre. J'ai l'impression que le garage est trop petit par rapport au showroom, il n'est pas assez large. Pour l'ambiance, j'ai l'impression d'être dans un hangar, c'est mon avis. On ne voit pas bien les modèles.

- En quoi trouvez-vous le showroom de Percy Motors agréable/désagréable ?

Comme j'ai dit, je trouve que les voitures sont trop serrées l'une sur l'autre, c'est pas assez aéré. Maintenant, VW vend beaucoup de modèles donc il faut bien qu'ils soient tous exposés pour que les gens puissent voir, comparer, essayer, comprendre... mais quand je rentre dans le showroom, je ne trouve pas agréable le fait que ça soit si serré. Par contre, je trouve agréable que ça soit épuré, sobre. Les couleurs ne m'oppressent pas comme chez Piret (Opel).

- En quoi en êtes-vous satisfait/insatisfait ? (les choses que vous appréciez/n'appréciez pas dans le showroom de Percy Motors ?)

Je l'ai déjà dit, les voitures trop serrées, peu d'espaces.

- Avez-vous des suggestions et/ou solutions à proposer ? Si oui, lesquelles ?

Je dirais de mettre moins de voitures dans le showroom, mais ça serait illogique vu qu'il faut montrer les modèles, on ne peut pas montrer les voitures en étant à l'extérieur pour faire de l'espace à l'intérieur... Mais je trouve que ça serait plus agréable. Pour le fait qu'on ne le voit pas de l'extérieur, il n'y a pas vraiment de solutions, Percy a son bâtiment depuis 15 ans il ne va pas déménager juste pour ça.

Approfondissement

À propos du visuel :

- Quel est votre ressenti par rapport à l'aménagement, aux couleurs, aux lumières et aux voitures exposées du showroom ?

C'est froid, ça manque de « vie », les lumières sont peu éclairantes. Les voitures exposées j'en ai déjà parlé, il faut les exposer donc c'est bien qu'il y ait chaque modèle, mais elles sont si proches l'une de l'autre ça donne pas envie de les essayer par exemple.

- En quoi la façon dont le showroom est aménagé, les couleurs, les lumières et la manière dont les voitures sont exposées vous informent sur Percy Motors ou sur les produits ?

Ça m'informe sur le choix possible. Par exemple, je viens pour une Polo, et je vois dans le showroom une Polo jaune qui ne me plait pas, mais si à côté je vois une belle Golf bleue à côté, je serais plus attiré. Donc je trouve que le choix des voitures exposées dans le showroom peut influencer sur mon choix. La voiture présentée dans le showroom peut jouer, la manière dont le showroom est aménagé aussi. Par contre pour les couleurs, ça m'informe plus sur la marque VW vu que ce sont ses couleurs habituelles, je pense.

- En quoi la manière dont le showroom est aménagé, les couleurs, les lumières et les voitures sont exposées peut vous donner envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Comme j'ai expliqué, si les voitures sont bien présentées, mais aussi qu'elles soient propres j'avais oublié ça. Ça donne plus envie un showroom bien propre, des voitures propres, une ambiance sobre. Ça me donne plus envie d'acheter là que dans un endroit où c'est sale et trop criard.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

Mon ressenti est que je peux les voir et les toucher, comme tous les showrooms. C'est ce qu'il faut sinon ils ne savent pas vendre.

- Êtes-vous satisfait de celui-ci ?

Oui sauf le fait que les voitures soient trop serrées.

À propos du tactile :

- Quel est votre ressenti par rapport à la possibilité de « toucher » (dans le sens, tester, s'asseoir, essayer) les voitures ?

C'est bien pour toucher les matières, pour s'asseoir dedans. Parce que quand on achète une voiture, c'est pour maximum 8 ans. Imaginez une voiture où l'on est mal dedans, mal assis, etc. Ce n'est pas possible. Donc c'est important de pouvoir toucher sinon on ne se fait pas une idée de ce qu'on va acheter.

- En quoi la manière dont les voitures sont accessibles au toucher vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

Ça m'informe sur les options possibles, sur comment elles fonctionnent... Maintenant avec les nouvelles technologies, on en entend parler, mais on ne comprend pas toujours forcément leurs utilisations, donc le fait de pouvoir les voir et les essayer avant l'achat, c'est vraiment un plus. Surtout si le vendeur nous montre, ça peut nous convaincre.

- En quoi le fait que vous puissiez « toucher » (dans le sens, tester, s'asseoir, essayer) les voitures peut vous donner envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Ça peut donner envie d'acheter parce que je peux essayer à mon aise. En plus, Percy propose des essais donc c'est encore plus simple de se faire une idée de l'achat je dois dire.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

C'est important que ça soit présent, j'aime bien pouvoir venir et toucher à mon aise.

- Êtes-vous satisfait de ceci ?

Pour ça oui vraiment, les voitures sont ouvertes et on est à l'aise pour essayer.

- En quoi pensez-vous que les aspects visuels et tactiles actuels du showroom sont-ils congruents/incongruents (en adéquation) entre eux ?

L'un ne va pas sans l'autre, donc oui ils sont en adéquation. Des voitures présentées et exposées sans qu'elles soient ouvertes et accessibles, ça n'irait pas.

À propos des trois facteurs absents (sonores, gustatifs, olfactifs)

Sonore

- Quel serait votre ressenti si de la musique était diffusée dans le showroom ?

Ça serait bien, là le showroom est trop calme. Peut-être que quand les gens attendent pour le service après-vente, ça rend l'attente un peu ennuyante sans musique. Enfin c'est mon avis. Évidemment, il faut pas que la musique aille trop forte parce qu'on a besoin d'un contact avec le vendeur et de pouvoir parler sans crier, ça doit juste être de la musique de fond.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

Comme j'ai dit, ça rend le showroom trop calme. Ça peut être bien pour l'attente plus chouette si je peux dire ça comme ça.

- En quoi cela rendrait votre expérience d'achat plus/moins agréable si de la musique était diffusée ?

Ça mettrait un peu plus d'ambiance (rires). Non sérieusement, les magasins trop calmes ça peut mettre mal à l'aise. Même si l'on ne fait pas toujours attention à la musique qui passe, ça ajoute quelque chose. Un petit fond sonore ça peut rendre l'expérience plus agréable.

Gustatif

- Quel serait votre ressenti si du café/eau était servi dans la salle d'attente du showroom ?

Pour l'accueil, ça serait pas mal. Même proposer un verre d'eau quand quelqu'un rentre dans le showroom, ça peut mettre à l'aise la personne, lui faire plaisir. Le café c'est plus pour les rendez-vous avec le vendeur, ça peut aussi être un plus.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

Je trouve que c'est dommage, mais pas indispensable non plus. Il n'y a pas des distributeurs dans tous les magasins. Par contre pour l'attente, encore une fois, ça peut être plus agréable pour quelqu'un qui attend dans la salle d'attente, surtout s'il faut attendre genre une heure d'entretien.

- En quoi cela rendrait votre expérience d'achat plus/moins agréable si du café/eau était servi dans la salle d'attente ?

Ça peut la rendre plus agréable parce que je me dirais que je suis bien servi et bien accueilli, pris en considération si on peut dire comme ça.

Olfactif

- Quel serait votre ressenti si une fragrance (parfum d'ambiance) était diffusée dans le showroom ?

Alors là, ça dépend. Si le parfum est trop prononcé, je n'aimerais vraiment pas. En plus, ça pourrait gâcher l'odeur des voitures neuves, qui est une odeur que je pense beaucoup de gens apprécie. Par contre, juste une odeur légère, une odeur de propre, c'est agréable. Il y a des magasins où l'odeur est beaucoup trop forte ça oppresse.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

Ce n'est pas indispensable non plus parce que l'odeur des voitures neuves c'est agréable, comme l'odeur des nouveaux livres (rires). Tant que ça sent le propre, et pas les gaz d'échappement, c'est bien comme ça.

- En quoi cela rendrait votre expérience d'achat plus/moins agréable si une fragrance (parfum d'ambiance) était diffusée ?

Tout dépend de l'intensité, car ça peut la rendre très désagréable.

Les trois facteurs

- Si le showroom rajoute ces trois facteurs aux deux déjà existants (visuel et tactile), celui-ci serait considéré comme polysensoriel. En quoi pensez-vous qu'un showroom polysensoriel peut offrir une ambiance plus/moins agréable dans votre expérience d'achat ?

Je trouve que les voitures exposées, les tests, la musique et l'eau vont bien ensemble pour un showroom. Ça offre un meilleur accueil, une meilleure visite. Pour l'odeur, je ne suis pas convaincu.

- En quoi pensez-vous que ces trois facteurs peuvent être congruents/incongruents avec les deux autres facteurs (visuel et tactile) déjà présents ?

Oui sauf pour l'odeur. Je ne sais pas si ça peut être en adéquation avec des produits comme les voitures. Pour les vêtements oui, mais pour les voitures je ne sais pas. Ça peut être en adéquation pour le reste, ça fait partie des critères pour un showroom accueillant.

Commentaire d'entretien

- Nom et prénom : Grégoire Philippe
- Âge : 50 ans
- Sexe : Homme
- Statut : client particulier/~~professionnel~~
- Raison de la visite : accompagne sa femme pour l'achat d'une voiture de ville
- Supplément d'information sur le contexte : beaucoup de bruits, des voitures sont déplacées dans le showroom

7. Entretien n° 7 : Jean-Noël Jacquet

Questionnaire

Introduction

À propos du lieu de vente :

- Quelles sont les choses que vous appréciez/détestez dans un lieu de vente ?

Avant de rentrer dans un lieu de vente, je regarde l'extérieur. Il faut que l'extérieur m'attire. Ce que je déteste dans un lieu de vente, c'est la musique trop forte, le fait que ça soit mal rangé et les vendeurs trop attaquants. Ceux qui vous sautent dessus dans la seconde. Comme je suis indépendant et que j'ai aussi un magasin, j'essaie toujours de me mettre à la place du client. Ce que j'apprécie par contre, c'est le visuel. Dès le premier regard, un endroit où visuellement ça donne envie, de belles couleurs qui vont ensemble, des rayons par catégorie pour s'y retrouver. C'est plus simple pour faire ses achats et parfois, faire ses achats n'est pas le moment qu'on préfère.

- Comment définiriez-vous un lieu de vente agréable ?

Un lieu de vente simple, bien aménagé, où tout est bien indiqué. Il faut penser à un aménagement pour faciliter les gens.

- Quelles sont vos attentes en termes de showroom automobile ?

Un showroom où les modèles sont exposés simplement, pas un showroom où je dois d'office faire appel à un vendeur. Je me suis informé sur les modèles avant de venir, j'ai donc envie de voir ce modèle à mon aise et puis je poserai mes questions. C'est aussi important que le showroom soit propre et les voitures aussi. Ma réelle attente c'est de trouver les modèles en showroom pour regarder à mon aise et ne pas devoir demander tout le temps des indications aux vendeurs.

Centrage

À propos de l'ambiance en général :

- Comment trouvez-vous l'ambiance générale du showroom de Percy Motors ? Comment le décririez-vous en quelques mots ?

Bonne, mais un peu calme.

- En quoi trouvez-vous le showroom de Percy Motors agréable/désagréable ?

Ce que je trouve agréable, c'est l'intérieur, comment c'est aménagé. Les couleurs sont classiques, on retrouve facilement tous les modèles de voitures, c'est propre. Ce que je trouve désagréable, c'est que ça soit si calme. On entend les gens parlent, les employés au téléphone. Il n'y a pas de musique ou même juste de mélodie pour améliorer l'ambiance. Je trouve aussi que c'est un peu froid avec la couleur blanche.

- En quoi en êtes-vous satisfait/insatisfait ? (les choses que vous appréciez/n'appréciez pas dans le showroom de Percy Motors ?)

Il n'y a pas de choses que je n'apprécie pas, à part le parking qui est très encombré et où les places sont petites. Mais ça ne fait pas partie du showroom donc... Ce que j'apprécie c'est de pouvoir voir tous les modèles tranquillement, et qu'ils soient accessibles enfin ouverts à tous.

- Avez-vous des suggestions et/ou solutions à proposer ? Si oui, lesquelles ?

Ajouter un fond sonore pour que ça soit moins calme.

Approfondissement

À propos du visuel :

- Quel est votre ressenti par rapport à l'aménagement, aux couleurs, aux lumières et aux voitures exposées du showroom ?

Je trouve les couleurs un peu froides, simples, classiques. Les lumières, on ne les voit pas beaucoup comme tout est vitré, on voit plus la lumière naturelle. Pour les voitures exposées, ça, je trouve ça bien qu'il y ait un maximum de modèles exposés.

- En quoi la façon dont le showroom est aménagé, les couleurs, les lumières et la manière dont les voitures sont exposées vous informent sur Percy Motors ou sur les produits ?

Je dirais que d'une certaine manière, le showroom m'informe sur les produits parce que d'un côté il y a les petites voitures et de l'autre, les plus grosses. Enfin, c'est mon impression, mais du coup c'est plus simple de s'y retrouver. Les couleurs sont celles de VW, je pense, donc ça m'informe sur la marque juste et les voitures exposées ça m'informe sur les couleurs, les options, les tailles, les possibilités...

- En quoi la manière dont le showroom est aménagé, les couleurs, les lumières et les voitures sont exposées peut vous donner envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Ça m'a semblé être un showroom entretenu, ça donne l'impression que le garage fait attention à son service. Les voitures sont propres, les vendeurs étaient compétents je trouvais, donc c'est aussi ça qui peut donner envie d'acheter là et pas ailleurs par exemple.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

C'est un aspect primordial, ça doit être présent.

- Êtes-vous satisfait de celui-ci ?

Oui.

À propos du tactile :

- Quel est votre ressenti par rapport à la possibilité de « toucher » (dans le sens, tester, s'asseoir, essayer) les voitures ?

On investit beaucoup d'argent dans une voiture, c'est important de pouvoir ressentir soi-même si les matériaux nous plaisent, les options, le « look » de la voiture... et ne pas uniquement se fier aux dires des vendeurs ou des photos. J'aime bien pouvoir comparer et tester si je peux aimer à long terme ou non.

- En quoi la manière dont les voitures sont accessibles au toucher vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

Ça m'informe sur la qualité déjà, sur le confort, les manipulations... On peut déjà se faire une idée.

- En quoi le fait que vous puissiez « toucher » (dans le sens, tester, s'asseoir, essayer) les voitures peut vous donner envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Parce que je peux le faire à mon aise, je peux tout essayer et ils m'ont aussi proposé un essai sur route. Donc j'ai eu l'impression qu'ils n'essayaient pas de vendre une voiture lambda, mais une voiture dans laquelle je me sens bien, que j'ai pu essayer correctement.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

Indispensable aussi, sans ça on ne sait pas se faire d'idée ni être sûr de son choix. Les aspects tactiles sont importants, pour n'importe quel produit.

- Êtes-vous satisfait de ceci ?

Oui.

- En quoi pensez-vous que les aspects visuels et tactiles actuels du showroom sont-ils congruents/incongruents (en adéquation) entre eux ?

Ils sont congruents comme vous dites, car voir la voiture ne suffit pas, il faut la toucher, la tester. C'est comme sur internet, on voit les choses, mais on ne peut pas les toucher. On commande quelque chose et ce qui arrive n'est pas du tout ce qu'on avait imaginé au toucher. C'est pareil pour une voiture, il faut les deux pour faire le bon choix.

À propos des trois facteurs absents (sonores, gustatifs, olfactifs)

Sonore

- Quel serait votre ressenti si de la musique était diffusée dans le showroom ?

Ça serait bien, juste pour rajouter un fond sonore, pour ne pas que ça soit calme tout le temps ou pour éviter d'entendre toutes les conversations des gens aux alentours.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

C'est dommage, ça créerait une meilleure ambiance.

- En quoi cela rendrait votre expérience d'achat plus/moins agréable si de la musique était diffusée ?

Je trouve que de la musique, ça met de bonne humeur. On entend une musique qu'on connaît, ou un son qui est un peu entraînant, ça ajoute tout de suite quelque chose. Ça rendrait donc l'expérience plus agréable. Même si ça n'a rien avoir avec les voitures, la visite dans le showroom serait plus gai.

Gustatif

- Quel serait votre ressenti si du café/eau était servi dans la salle d'attente du showroom ?

Pour l'attente, ça serait pas mal. J'ai dû attendre 20 minutes qu'un vendeur soit disponible. J'ai attendu dans le petit salon qu'on voit là (il montre la salle d'attente au milieu). C'était confortable, mais pouvoir se servir à boire ou être servi à boire ça ajoute un plus au service, l'attente est moins désagréable. D'ailleurs, je pense à ça, pour la musique aussi, ça aiderait à faire apprécier l'attente.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

Je ne l'ai pas forcément remarqué en attendant, mais je trouve que ça peut être bien. Mon épouse a une BMW et dans leur garage, ils ont une machine à café et une fontaine d'eau. Donc même quand elle attend dans la salle d'attente, elle peut se servir à son aise. Ça peut renforcer le plaisir de la visite et aussi aider à ce que l'attente soit moins désagréable comme j'ai dit.

- En quoi cela rendrait votre expérience d'achat plus/moins agréable si du café/eau était servi dans la salle d'attente ?

Ça peut améliorer mon expérience d'achat uniquement si je dois attendre.

Olfactif

- Quel serait votre ressenti si une fragrance (parfum d'ambiance) était diffusée dans le showroom ?

Moi j'aime bien l'odeur des voitures neuves. Donc mon ressenti ici est un peu négatif parce que je ne vois pas l'intérêt de diffuser du parfum. Il n'y a pas d'odeur d'essence ou autre dans le showroom enfin je n'en ai pas senti donc ici pour moi ça n'ajouterait rien.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

Ici je n'ai pas de ressenti particulier parce que ça n'apporterait rien pour mon expérience ou à mon appréciation.

- En quoi cela rendrait votre expérience d'achat plus/moins agréable si une fragrance (parfum d'ambiance) était diffusée ?

Pas plus ou pas moins désagréable. Je n'ai jamais senti un magasin « parfumé » jusqu'à présent.

Les trois facteurs

- Si le showroom rajoute ces trois facteurs aux deux déjà existants (visuel et tactile), celui-ci serait considéré comme polysensoriel. En quoi pensez-vous qu'un showroom polysensoriel peut offrir une ambiance plus/moins agréable dans votre expérience d'achat ?

Je pense que l'ambiance et l'expérience peuvent être vraiment plus agréables et ça peut ajouter un plus au service de Percy. Le showroom est propre, les voitures sont visibles correctement et accessibles. Si l'ambiance peut être améliorée, les gens se sentiront sûrement mieux dans le showroom. En soi, quand on vient acheter une voiture, on s'intéresse surtout aux voitures exposées, au prix, et aux explications du vendeur. Le reste, on fait un peu abstraction, mais je pense qu'inconsciemment, ça peut vraiment ajouter un plus.

- En quoi pensez-vous que ces trois facteurs peuvent être congruents/incongruents avec les deux autres facteurs (visuel et tactile) déjà présents ?

Je pense que ça peut être tout à fait en adéquation, sans mettre de la musique boum-boum. Tant que ça reste simple, sans en faire de trop.

Commentaire d'entretien

- Nom et prénom : Jacquet Jean-Noël
- Âge : 47 ans
- Sexe : Homme
- Statut : client ~~particulier~~/professionnel
- Raison de la visite : souhaite changer sa voiture de société actuelle
- Supplément d'information sur le contexte : beaucoup de passages, les téléphones sonnent régulièrement

8. Entretien n° 8 : Thomas Degeest

Questionnaire

Introduction

À propos du lieu de vente :

- Quelles sont les choses que vous appréciez/détestez dans un lieu de vente ?

Je déteste les lieux de vente où je ne trouve pas ce que je cherche, quand il fait trop sombre et que les vendeurs soient tout le temps proches de moi. Et ce que j'aime bien, c'est quand c'est bien présenté. Par exemple, dans un magasin de vêtements, quand tout est déplié, ça ne donne pas envie alors que quand c'est bien en ordre c'est plus « accueillant ». J'aime bien aussi les vendeurs de bonne humeur, souriants, ceux qui disent bonjour. C'est important pour se sentir à l'aise je trouve.

- Comment définiriez-vous un lieu de vente agréable ?

Un lieu de vente bien éclairé, spacieux, propre, accueillant.

- Quelles sont vos attentes en termes de showroom automobile ?

J'aime bien les showrooms où l'accès aux voitures est facile. Il y a des garages où le vendeur doit être avec nous pour ouvrir la voiture ou la toucher. C'est énervant quand on ne peut pas faire le tour à son aise. Je sais que les vendeurs sont là pour vendre, mais j'apprécie de pouvoir regarder les voitures sans me sentir directement comme une proie. Mes attentes, c'est principalement pouvoir regarder les voitures et qu'elles soient accessibles librement.

Centrage

À propos de l'ambiance en général :

- Comment trouvez-vous l'ambiance générale du showroom de Percy Motors ? Comment le décririez-vous en quelques mots ?

L'ambiance générale, je dirai simple, sans trop d'artifices. C'est très épuré, l'atmosphère est bonne.

- En quoi trouvez-vous le showroom de Percy Motors agréable/désagréable ?

Ce que je n'ai pas apprécié, c'est le parking. Les places sont très petites, le parking a l'air toujours bondé, et ça sent mauvais le cheval, c'est possible ? Ça m'a un peu énervé quand je suis arrivé. Sinon, le showroom est agréable, je n'ai pas vu ou trouvé quelque chose de désagréable.

- En quoi en êtes-vous satisfait/insatisfait ? (les choses que vous appréciez/n'appréciez pas dans le showroom de Percy Motors ?)

Je suis satisfait parce que j'ai pu voir la voiture qui m'intéressait. Je l'avais vue en catalogue et je voulais la voir en vrai. Il n'y avait pas toutes les options qui m'intéressaient dedans, mais elles étaient dans une autre voiture donc j'ai quand même su voir tout ce qui m'intéressait. Ensuite, un vendeur est venu vers moi, très sympathique, il m'a demandé si j'avais besoin d'aide et il a su bien me conseiller. Je ne me suis pas senti forcé ou oppressé.

- Avez-vous des suggestions et/ou solutions à proposer ? Si oui, lesquelles ?

Changer le parking, en tout cas le repenser. Parce que c'est vraiment difficile d'accès, je trouve.

- Et pour le showroom ?

Rien, je le trouve bien enfin, je ne pense pas à des suggestions en particulier.

Approfondissement

À propos du visuel :

- Quel est votre ressenti par rapport à l'aménagement, aux couleurs, aux lumières et aux voitures exposées du showroom ?

J'aime bien l'intérieur du showroom. Les vitres, le blanc, des couleurs épurées, des lumières agréables. Les voitures sont un peu trop proches je trouve, mais ça ne pose pas de problème pour les voir ou pour rentrer dedans.

- En quoi la façon dont le showroom est aménagé, les couleurs, les lumières et la manière dont les voitures sont exposées vous informent sur Percy Motors ou sur les produits ?

La façon dont c'est aménagé on voit qu'il y a beaucoup de modèles vendus donc on a déjà plusieurs possibilités de choix. Il y a aussi une fiche explicative avec les options, le prix, le nom du modèle, les dimensions, etc. Ça donne beaucoup d'infos sans devoir forcément faire appel à un vendeur.

- En quoi la manière dont le showroom est aménagé, les couleurs, les lumières et les voitures sont exposées peut vous donner envie d'acheter une voiture chez Percy ?

La manière dont c'est disposé est agréable je trouve. Tout est peut-être proche l'un de l'autre, mais c'est beaucoup plus simple pour comparer. Dans certains garages, les voitures sont un peu disposées ici et là et pour comparer c'est plus compliqué donc pour chez Percy, ça donne envie.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

Impossible d'acheter une voiture à plus de 15 000 € sans la voir. Cet aspect est primordial.

- Êtes-vous satisfait de celui-ci ?

Oui.

À propos du tactile :

- Quel est votre ressenti par rapport à la possibilité de « toucher » (dans le sens, tester, s'asseoir, essayer) les voitures ?

J'aime bien aussi, on peut toucher différentes matières, voir ce qu'on préfère... Les différentes finitions n'utilisent pas les mêmes matériaux donc c'est bien de pouvoir se faire son idée en touchant.

- En quoi la manière dont les voitures sont accessibles au toucher vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

Ça peut informer sur tous les attributs de la voiture, ses sièges, la qualité, l'espace à l'intérieur.

- En quoi le fait que vous puissiez « toucher » (dans le sens tester, s'asseoir, essayer) les voitures peut vous donner envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Ça donne envie parce que tout est présent pour pouvoir faire son choix, le fait de voir la voiture, la toucher, l'essayer.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

Ça doit être présent, on ne peut pas risquer d'acheter une nouvelle voiture sans s'assurer qu'elle nous plaise.

- Êtes-vous satisfait de ceci ?

Oui.

- En quoi pensez-vous que les aspects visuels et tactiles actuels du showroom sont-ils congruents/incongruents (en adéquation) entre eux ?

Ils se combinent, on voit la voiture puis on l'essaie. Donc c'est en adéquation parce que c'est une combinaison.

À propos des trois facteurs absents (sonores, gustatifs, olfactifs)

Sonore

- Quel serait votre ressenti si de la musique était diffusée dans le showroom ?

Ça dépend quoi comme musique, mais ça pourrait être bien, comme dans tous les magasins, ça fait passer le temps plus sympathiquement.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

Ça pourrait être présent pour que le showroom soit un peu plus vivant, plus agréable.

- En quoi cela rendrait votre expérience d'achat plus/moins agréable si de la musique était diffusée ?

Ça serait plus agréable pour que le temps de la visite soit plus sympa.

Gustatif

- Quel serait votre ressenti si du café/eau était servi dans la salle d'attente du showroom ?

Dans un autre showroom d'une autre marque, on m'a proposé à ma femme et moi une boisson lors d'un rendez-vous pour configurer une voiture. J'ai trouvé ça très bien parce qu'on se sentait bien traité, ça faisait plaisir. C'était une marque plus haut de gamme que VW, mais pourquoi ne pas faire de même ? Ça ferait plaisir aux clients et ça peut mettre à l'aise.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

Ça peut aussi être rajouté pour bien reçu. C'est un aspect manquant.

- En quoi cela rendrait votre expérience d'achat plus/moins agréable si du café/eau était servi dans la salle d'attente ?

Que ça soit dans la salle d'attente ou lors d'un rendez-vous, ça fait toujours bonne impression et donc oui l'expérience serait plus agréable.

Olfactif

- Quel serait votre ressenti si une fragrance (parfum d'ambiance) était diffusée dans le showroom ?

Ça sentait vraiment le cheval sur le parking, le purin. Ça prenait au nez et c'était hyper désagréable. Maintenant, il faut pas que le parfum diffusé sente les toilettes non plus... Et il y a beaucoup de gens qui ne supportent pas certaines odeurs. Quand on choisit une voiture, on reste quand même longtemps dans le showroom donc ça peut en déranger plus d'un. Le parfum doit être léger, ça ne doit pas être une fragrance trop agressive. Mon ressenti, ça serait que je trouverais ça agréable seulement si c'est agréable et pas trop prenant.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

Aucun, il n'y a pas d'odeur désagréable dans le showroom c'est vraiment quand on se trouve dans le parking. Maintenant, une bonne odeur pourrait compenser la mauvaise donc tout compte fait, ça peut être ajouté pour que ça soit plus agréable, mais légèrement.

- En quoi cela rendrait votre expérience d'achat plus/moins agréable si une fragrance (parfum d'ambiance) était diffusée ?

Plus agréable dans le sens que ça me ferait oublier la mauvaise odeur du parking.

Les trois facteurs

- Si le showroom rajoute ces trois facteurs aux deux déjà existants (visuel et tactile), celui-ci serait considéré comme polysensoriel. En quoi pensez-vous qu'un showroom polysensoriel peut offrir une ambiance plus/moins agréable dans votre expérience d'achat ?

Je pense que ça serait plus agréable parce que ce sont des petites choses agréables indépendamment et mise ensemble, ça peut donner une expérience d'autant plus agréable.

- En quoi pensez-vous que ces trois facteurs peuvent être congruents/incongruents avec les deux autres facteurs (visuel et tactile) déjà présents ?

Tout va bien ensemble, mais ça doit bien s'accorder. Le showroom est simple visuellement donc les autres services doivent rester simples.

Commentaire d'entretien

- Nom et prénom : Degeest Thomas
- Âge : 44 ans
- Sexe : Homme
- Statut : client ~~particulier~~/professionnel
- Raison de la visite : doit changer de voiture de leasing
- Supplément d'information sur le contexte : showroom calme, peu de passages

9. Entretien n° 9 : Alexandre Scheers

Questionnaire

Introduction

À propos du lieu de vente :

- Quelles sont les choses que vous appréciez/détestez dans un lieu de vente ?

J'apprécie l'amabilité des vendeurs, un espace propre, agréable, bien aménagé. Je déteste quand la musique va trop fort comme dans certains magasins où l'on s'entend même plus réfléchir et les espaces trop petits.

- Comment définiriez-vous un lieu de vente agréable ?

Une musique agréable, un coin pour s'asseoir, un espace bien aménagé, propre.

- Quelles sont vos attentes en termes de showroom automobile ?

Trouver les infos dont j'ai besoin, pouvoir essayer la voiture, avoir un bon contact avec le vendeur, ne pas me sentir manipulé.

Centrage

À propos de l'ambiance en général :

- Comment trouvez-vous l'ambiance générale du showroom de Percy Motors ? Comment le décririez-vous en quelques mots ?

Je l'ai trouvé bien honnêtement. Il y a un coin pour les enfants donc c'était assez pratique pour discuter avec le vendeur. Je trouve que l'espace est bien, agréable. Mais c'est un peu calme.

- En quoi trouvez-vous le showroom de Percy Motors agréable/désagréable ?

Je ne l'ai pas trouvé désagréable. Il est grand, les bureaux sont grands donc on peut venir à plusieurs, on voit beaucoup de modèles.

- En quoi êtes-vous satisfait/insatisfait ? (les choses que vous appréciez/n'appréciez pas dans le showroom de Percy Motors ?)

Satisfait parce que j'ai accès aux infos dont j'ai besoin et on a pu essayer la voiture, s'asseoir dedans, avoir des explications du vendeur, allumer le contact... Il est bien aménagé comparé à il y a quelques années.

- Avez-vous des suggestions et/ou solutions à proposer ? Si oui, lesquelles ?

Non.

Approfondissement

À propos du visuel :

- Quel est votre ressenti par rapport à l'aménagement, aux couleurs, aux lumières et aux voitures exposées du showroom ?

Je le trouve bien. Ce n'est pas la première fois que je viens ici et l'aménagement est bien. Les voitures exposées sont faciles d'accès. Comme je change tout à fait de modèle, au moins je

peux voir comparer à ma Golf ce que ça va changer de prendre un Sharan ou un Touran donc c'est bien d'avoir les modèles au même endroit.

- En quoi la façon dont le showroom est aménagé, les couleurs, les lumières et la manière dont les voitures sont exposées vous informent sur Percy Motors ou sur les produits ?

D'un côté, il y a une sorte de voitures et de l'autre une autre sorte donc on comprend tout de suite de quel côté on doit se diriger en fonction de ce qu'on cherche. Et pour les voitures exposées, ça informe sur le type de voitures que c'est.

- En quoi la manière dont le showroom est aménagé, les couleurs, les lumières et les voitures sont exposées peut vous donner envie d'acheter une voiture chez Percy ?

C'est un showroom accueillant et j'achète ici parce que je m'y sens bien et bien conseillé.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

Un endroit mal aménagé ou où on ne trouve pas ce qu'on cherche et où les produits vendus ne sont pas exposés, ça pose problème. Donc pour n'importe quel commerce, ça doit être réfléchi et présent.

- Êtes-vous satisfait de celui-ci ?

Oui.

À propos du tactile :

- Quel est votre ressenti par rapport à la possibilité de « toucher » (dans le sens, tester, s'asseoir, essayer) les voitures ?

Ici, j'ai dû essayer avec mes enfants, ce qui n'est pas une mince affaire. Et les vendeurs ont les enfants en horreur comme ils touchent toujours à tout. Je suis content d'avoir pu essayer avec mes enfants, d'avoir pu faire un essai sur route avec eux, d'avoir pu voir ce qui était le plus confortable pour tout le temps, si c'était bien pour partir en vacances... J'ai trouvé ça vraiment bien.

- En quoi la manière dont les voitures sont accessibles au toucher vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

Ça nous informe sur le confort, que ça soit devant ou à l'arrière, sur l'espace, la capacité du coffre... Les détails écrits ça aide aussi, mais pas autant que de pouvoir essayer.

- En quoi le fait que vous puissiez « toucher » (dans le sens, tester, s'asseoir, essayer) les voitures peut vous donner envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Ça donne envie parce qu'on a pris mes demandes en considération, surtout que ça devait plaire aussi à mes enfants donc eux aussi ont pu tester.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

C'est important pour se décider.

- Êtes-vous satisfait de ceci ?

Oui.

- En quoi pensez-vous que les aspects visuels et tactiles actuels du showroom sont-ils congruents/incongruents (en adéquation) entre eux ?

L'un ne va pas sans l'autre.

À propos des trois facteurs absents (sonores, gustatifs, olfactifs)

Sonore

- Quel serait votre ressenti si de la musique était diffusée dans le showroom ?

Ça paraîtrait moins calme.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

Je trouve qu'on remarque tout de suite qu'il manque quelque chose, du coup on entend les autres employés au téléphone, les gens qui discutent...

- En quoi cela rendrait votre expérience d'achat plus/moins agréable si de la musique était diffusée ?

Ça rendrait l'endroit encore plus accueillant, moins calme donc oui plus agréable.

Gustatif

- Quel serait votre ressenti si du café/eau était servi dans la salle d'attente du showroom ?

On se sentirait bien reçu. Ça ferait plaisir.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

On y pense pas vraiment. On ne sert pas de l'eau et du café dans tous les magasins ou tous les showrooms donc je n'y ai pas prêté attention comme la musique, mais ça peut être plus.

- En quoi cela rendrait votre expérience d'achat plus/moins agréable si du café/eau était servi dans la salle d'attente ?

Pour l'attente, ça rendrait ça plus agréable en effet parce que ça détend, on pense à autre chose.

Olfactif

- Quel serait votre ressenti si une fragrance (parfum d'ambiance) était diffusée dans le showroom ?

Je n'ai pas vraiment d'idée. C'est quelque chose de peu commun, mais pourquoi pas si c'est un bon odeur.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

Je ne l'ai pas remarqué non plus.

- En quoi cela rendrait votre expérience d'achat plus/moins agréable si une fragrance (parfum d'ambiance) était diffusée ?

Ça peut rendre le showroom plus agréable, car on apprécie toujours un endroit qui sent bon, mais il ne faut pas que ça soit trop abusé.

Les trois facteurs

- Si le showroom rajoute ces trois facteurs aux deux déjà existants (visuel et tactile), celui-ci serait considéré comme polysensoriel. En quoi pensez-vous qu'un showroom polysensoriel peut offrir une ambiance plus/moins agréable dans votre expérience d'achat ?

Parce que ce sont des plus qui peuvent rendre le client plus content, plus de bonne humeur si l'endroit est plus agréable.

- En quoi pensez-vous que ces trois facteurs peuvent être congruents/incongruents avec les deux autres facteurs (visuel et tactile) déjà présents ?

Ils seraient en adéquation parce que ce ne sont pas des facteurs complètement décalés. Ça reste simple et ça peut être efficace pour l'ambiance.

Commentaire d'entretien

- Nom et prénom : Scheers Alexandre
- Âge : 42 ans
- Sexe : Homme
- Statut : client particulier/~~professionnel~~
- Raison de la visite : cherche une voiture plus spacieuse pour ses enfants
- Supplément d'information sur le contexte : showroom calme, peu de passages

10. Entretien n° 10 : François Delhaize

Questionnaire

Introduction

À propos du lieu de vente :

- Quelles sont les choses que vous appréciez/détestez dans un lieu de vente ?

Un endroit froid, mal arrangé comme chez Aldi par exemple je déteste. C'est mal éclairé, il n'y a pas d'efforts de présentation. J'aime bien quand c'est lumineux, agréable quand on rentre, un

personnel souriant, ça aussi ça change tout. Chez Cinebel (magasin de monsieur), je dis toujours aux vendeurs d'essayer de sourire et d'être aimables, peu importe ce qu'il se passe.

- Comment définiriez-vous un lieu de vente agréable ?

Un espace où l'on peut se promener donc pas trop étroit, lumineux, bien arrangé.

- Quelles sont vos attentes en termes de showroom automobile ?

Être bien reçu, bien accueilli, pouvoir essayer la voiture confortablement, que le showroom ne ressemble pas uniquement à un hangar de voitures.

Centrage

À propos de l'ambiance en général :

- Comment trouvez-vous l'ambiance générale du showroom de Percy Motors ? Comment le décririez-vous en quelques mots ?

Bonne, agréable, normale.

- En quoi trouvez-vous le showroom de Percy Motors agréable/désagréable ?

Un peu désagréable parce que les voitures sont proches l'un de l'autre et il n'y a pas beaucoup de passage, c'est un peu étroit. En fait, l'endroit semble trop petit pour le nombre de voitures qu'ils vendent. Mais à part ça, l'endroit est propre, les voitures sont propres, il y a tout qui est exposé.

- En quoi en êtes-vous satisfait/insatisfait ? (les choses que vous appréciez/n'appréciez pas dans le showroom de Percy Motors ?)

Je ne peux pas dire que je suis insatisfait de la manière dont les voitures sont placées parce qu'au moins, tous les modèles sont là, il faut bien savoir les caser pour faire plaisir à tout le monde. Donc je suis satisfait parce que c'est un beau showroom.

- Avez-vous des suggestions et/ou solutions à proposer ? Si oui, lesquelles ?

Non, ça serait difficile de mettre des voitures dehors pour gagner de la place à l'intérieur. Les clients ne vont pas aller voir la voiture qui leur plaît dehors, ça serait trop désagréable.

Approfondissement

À propos du visuel :

- Quel est votre ressenti par rapport à l'aménagement, aux couleurs, aux lumières et aux voitures exposées du showroom ?

Comme j'ai déjà dit l'endroit est beau, bien aménagé, bien propre, même si les voitures sont peu espacées, le principal c'est qu'on puisse les voir donc je trouve ça bien pour l'espace qu'ils ont.

- En quoi la façon dont le showroom est aménagé, les couleurs, les lumières et la manière dont les voitures sont exposées vous informent sur Percy Motors ou sur les produits ?

Par rapport à l'aménagement, on voit tout de suite où se trouvent les voitures. Il ne faut pas chercher, une grosse n'en cache pas une petite. Ça permet de voir les tailles, les couleurs, enfin ce que ça donne en vrai.

- En quoi la manière dont le showroom est aménagé, les couleurs, les lumières et les voitures sont exposées peut vous donner envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Ça donne toujours plus envie qu'un endroit mal aménagé. Donc ici ça donne envie parce que c'est bien arrangé, donc on se dit que le service derrière doit être bien aussi.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

Je trouve que ça doit être présent, comme pour tout. Et surtout pour le prix qu'on peut mettre dedans.

- Êtes-vous satisfait de celui-ci ?

Oui.

À propos du tactile :

- Quel est votre ressenti par rapport à la possibilité de « toucher » (dans le sens, tester, s'asseoir, essayer) les voitures ?

Primordial. Je voulais voir le nouveau T-Rock, ce nouveau SUV VW. Il est là donc je l'ai vu, j'ai pu m'asseoir dedans, mettre le contact avec le vendeur... J'ai vraiment apprécié pouvoir essayer un peu tout pour voir ce que j'aimais bien, ce que j'aimais moins, etc.

- En quoi la manière dont les voitures sont accessibles au toucher vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

Ça donne plein d'infos d'ailleurs c'est un des seuls moyens pour s'approprier les infos. Le vendeur en donne beaucoup, mais sans essayer nous-mêmes, c'est dur de s'informer réellement.

- En quoi le fait que vous puissiez « toucher » (dans le sens, tester, s'asseoir, essayer) les voitures peut vous donner envie d'acheter une voiture chez Percy ?

C'est comme ça partout donc dans un autre garage VW, j'aurais sûrement pu essayer aussi donc ça ne donne pas plus envie qu'un autre critère.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

Ça doit être présent, comme pour l'autre facteur.

- Êtes-vous satisfait de ceci ?

Oui.

- En quoi pensez-vous que les aspects visuels et tactiles actuels du showroom sont-ils congruents/incongruents (en adéquation) entre eux ?

Voir et toucher, ça va ensemble, sinon c'est frustrant je trouve. Donc oui, ils sont en adéquation, car ça va ensemble.

À propos des trois facteurs absents (sonores, gustatifs, olfactifs)

Sonore

- Quel serait votre ressenti si de la musique était diffusée dans le showroom ?

De la musique c'est toujours mieux, même pour les employés. Inconsciemment, ça joue beaucoup parce qu'on peut reconnaître une chanson qu'on aime bien, ça met de bonne humeur, ça fait sourire, c'est plaisant donc j'aimerais bien.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

C'est quand même assez surprenant qu'il ne passe pas de musique, surtout qu'on entend qu'ils en diffusent à l'arrière, dans la mécanique. Les clients et les vendeurs ont aussi le droit d'en avoir pour le temps qu'ils passent dans le showroom.

- En quoi cela rendrait votre expérience d'achat plus/moins agréable si de la musique était diffusée ?

Ça la rendrait plus agréable l'expérience d'achat, tout dépend de la musique évidemment.

Gustatif

- Quel serait votre ressenti si du café/eau était servi dans la salle d'attente du showroom ?

C'est toujours bien pour l'accueil, ils font ça aussi dans les banques maintenant. Quand on a rendez-vous, que le vendeur ou l'employé nous propose quelque chose à boire, ça rend tout de suite le rendez-vous plus agréable je trouve.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

Je n'y ai pas fait attention parce que le contact est bien passé avec le vendeur, j'étais à l'aise. Mais ça pourrait être un plus.

- En quoi cela rendrait votre expérience d'achat plus/moins agréable si du café/eau était servi dans la salle d'attente ?

Plus agréable parce que c'est quelque chose qui peut vraiment mettre à l'aise les gens.

Olfactif

- Quel serait votre ressenti si une fragrance (parfum d'ambiance) était diffusée dans le showroom ?

Ça, je n'aime pas du tout. Quand je rentre dans le magasin Abercrombie à Bruxelles, le parfum m'agresse tout de suite. Je sais que beaucoup de gens apprécient, ça se fait de plus en plus, mais ici dans un showroom, je ne vois pas trop l'utilité. Parce qu'en plus, les gens aiment sentir l'odeur d'une voiture neuve, du cuir neuf, donc le parfum peut un peu « gâché » cette odeur.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

Je suis limite content on va dire qu'il n'y en ait pas parce que je n'apprécie pas du tout.

- En quoi cela rendrait votre expérience d'achat plus/moins agréable si une fragrance (parfum d'ambiance) était diffusée ?

Ça l'a rendrait désagréable parce que ça peut vraiment être dérangeant.

- Même si c'est léger ?

Léger, ça peut aller, mais alors il faut éviter le diffuseur de parfum comme chez Abercrombie alors et privilégier d'autres moyens moins chers et plus légers oui.

- Vous avez des suggestions ?

Il existe plein de sens bons pour la maison, ou des pots-pourris. C'est léger et l'on ne les sent qu'à certains endroits.

Les trois facteurs

- Si le showroom rajoute ces trois facteurs aux deux déjà existants (visuel et tactile), celui-ci serait considéré comme polysensoriel. En quoi pensez-vous qu'un showroom polysensoriel peut offrir une ambiance plus/moins agréable dans votre expérience d'achat ?

Surement une ambiance plus agréable parce que ce sont des choses qui rendent d'office l'expérience plus agréable, n'importe où. Sauf le parfum, mais ça, c'est vraiment mon avis.

- En quoi pensez-vous que ces trois facteurs peuvent être congruents/incongruents avec les deux autres facteurs (visuel et tactile) déjà présents ?

Visuel, tactile, musique et café, ça va ensemble parce que je trouve que ça permet de se sentir bien dans le magasin, dans le lieu de vente. Le parfum je trouve que ça convient plus aux marques de vêtements, aux magasins de luxe, et moins aux showrooms automobiles.

Commentaire d'entretien

- Nom et prénom : Delhaize François
- Âge : 50 ans
- Sexe : Homme
- Statut : client ~~particulier~~/professionnel
- Raison de la visite : souhaite acheter le nouveau T-Rock
- Supplément d'information sur le contexte : beaucoup de gens dans le showroom, beaucoup de bruits autour de nous

B. Entretiens avec les vendeurs

1. Entretien n° 1 : Olivier Jordens

Questionnaire

Introduction

À propos du lieu de travail :

- Comment définiriez-vous un lieu de travail agréable ?

Un lieu grand, chaud, confortable, où je m'y sens bien pour travailler la journée.

Centrage

À propos de l'ambiance globale du showroom :

- Comment trouvez-vous l'ambiance globale du showroom de Percy Motors ? Comment le décririez-vous en quelques mots ?

Depuis les travaux, l'ambiance est beaucoup plus agréable. Nous avons de vieilles installations, les bureaux n'étaient pas séparés, c'était des vieux meubles. Maintenant, l'ambiance est bien plus agréable surtout pour travailler. D'Ieteren a vraiment pensé aussi au confort des vendeurs et ça les aide à travailler au mieux.

Approfondissement

À propos du visuel :

- À propos de l'aménagement du showroom et des voitures exposées, en quoi avez-vous des difficultés/facilités à travailler avec cet aspect ?

Sans voitures dans le showroom, même avec peu de voitures, nous ne saurions pas faire une bonne présentation des voitures et convaincre un acheteur, cet aspect avec l'essai est très important. Ça ne me pose pas de difficultés.

- En quoi trouvez-vous cet aspect plaisait/déplaisant pour travailler ?

Notre travail, c'est de répondre aux besoins du client en lui proposant une voiture adaptée. Comme nous avons tout type de modèles exposés dans le showroom, c'est plaisant pour travailler, car c'est grâce à ça que nous pouvons argumenter nos explications pour répondre aux besoins du client. L'aspect déplaisant, c'est de toujours devoir vérifier la propreté, la batterie, la carrosserie... Même si ce sont des modèles d'exposition, nous sommes aussi susceptibles de les vendre donc ils doivent rester en bon état.

À propos du tactile :

- À propos de la possibilité de faire « toucher » (dans le sens, tester, s'asseoir, essayer) les voitures aux clients, en quoi avez-vous des difficultés/facilités à travailler avec cet aspect ?

Ça nous facilite beaucoup la tâche, car parfois, expliquer des options ou matériaux sur base de photos, c'est très compliqué. C'est bien plus simple de montrer en live ce que le client souhaite, le faire essayer, lui demander son avis et autres.

- En quoi trouvez-vous cet aspect plaisait/déplaisant pour travailler ?

C'est plaisant pour justifier nos propos, pour argumenter, pour montrer. Ça nous aide énormément dans notre travail et sans ça, on aurait difficile de vendre je pense. C'est déplaisant, car on ne fait pas ce qu'on veut, on n'essaie pas comme on veut, il faut faire attention à ne pas abimer tant l'extérieur que l'intérieur.

- En quoi pensez-vous que les aspects visuel et tactile actuels du showroom sont-ils congruents/incongruents (en adéquation) entre eux ?

Ces deux aspects, que ça soit dans l'automobile ou ailleurs, doivent être ensemble. Le client doit avoir la possibilité de voir et d'essayer, l'un ne va pas sans l'autre.

À propos des trois facteurs absents (sonore, gustatif, olfactif)

Sonore

- Quel serait votre ressenti si de la musique était diffusée dans le showroom ?

Comme on en a parlé, ça serait bien mieux, tant pour nous que pour les clients. Pendant un rendez-vous avec un client, entendre son collègue d'à côté au téléphone ou avec d'autres gens, c'est très embêtant. Et ça rendrait le showroom bien plus vivant. Surtout que les installations sont présentes donc nous n'avons même pas de gros investissements à faire. Maintenant, on ne veut pas mettre n'importe quoi. Ce que nous avons décidé, c'est de mettre Nostalgie parce que nous trouvons que ça correspond bien avec notre clientèle et qu'en plus, nous faisons notre

communication via cette radio. Nous ne voulons pas mettre du Fun Radio ou du NRJ qui serait complètement inadéquat avec la marque. Nous ne voulons pas non plus mettre du Classique 21 ou du Music 3. Nostalgie ou Antipode, ça serait bien pour nous, notre clientèle et le showroom.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

Je trouve que ça fait vraiment vide, et c'est vraiment énervant d'être soit dans le silence, soit d'entendre tout le monde parler. Bien sûr, on entendra toujours les autres parler, mais au moins on ne se concentrera plus sur ça.

- En quoi cela rendrait votre lieu de travail plus/moins agréable si de la musique était diffusée ?

Ça serait beaucoup plus agréable pour l'ambiance déjà. Et ça rendrait notre lieu de travail aussi plus agréable parce que ça met de bonne humeur, c'est bien plus sympa que le silence.

Gustatif

- Quel serait votre ressenti si du café/eau était servi dans la salle d'attente du showroom ?

Je trouverai ça bien plus professionnel pour le client. Il vient pour acheter une voiture, ce qui n'est pas rien. On doit l'accueillir de la meilleure façon possible et proposer un café, ça fait partie des mœurs pour un bon accueil.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

Je trouve que ça peut changer la donne, c'est manquant. Même pour nous, ça pourrait être bien d'avoir une machine pour nous servir, ça rendrait le lieu de travail plus agréable.

- En quoi cela rendrait votre lieu de travail plus/moins agréable si du café/eau était servi dans la salle d'attente ?

On pourrait installer et accueillir le client bien plus professionnellement donc ça serait plus pro et en plus, on pourrait se servir pendant la journée, donc bien plus agréable aussi.

Olfactif

- Quel serait votre ressenti si une fragrance (parfum d'ambiance) était diffusée dans le showroom ?

Ça, j'en suis moins convaincu. Aucune concession VW ne fait ça et personne ne sent porte mal ou trouve le showroom moins agréable pour autant. L'odeur d'une voiture neuve attire toujours le client. C'est aussi une installation coûteuse que nous ne souhaitons pas rentrer dans nos frais donc je ne serais pas convaincu si c'était diffusé. Mais il existe d'autres moyens de rendre l'atmosphère olfactive plus agréable. Notre partenaire Hermand a disposé des bâtonnets

parfumés appelés « fragrance sticks ». Leur showroom est bien plus petit que le nôtre donc l'effet est différent, mais le parfum n'est pas trop fort et ne dérange pas. Si cela était diffusé, je pense que ça peut plaire à chacun et que l'investissement serait moins conséquent.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

Je trouve que c'est bien moins nécessaire que les deux autres aspects évoqués.

- En quoi cela rendrait votre lieu de travail plus/moins agréable si une fragrance (parfum d'ambiance) était diffusée ?

Plus agréable quand on passe à côté, car ça fait toujours plaisir un endroit qui sent le frais, mais ce n'est pas la chose la plus indispensable pour proposer nos services ou les améliorer.

Les trois facteurs

- En quoi pourriez-vous éprouver des difficultés/facilités si ces trois facteurs d'ambiance étaient rajoutés dans le showroom ?

Je n'éprouverais pas de difficultés parce que ça rendrait le showroom plus agréable surtout pour le visiteur. Les difficultés sont uniquement financières.

- Si le showroom rajoute ces trois facteurs aux deux déjà existants (visuel et tactile), celui-ci serait considéré comme polysensoriel. En quoi pensez-vous qu'un showroom polysensoriel peut offrir une ambiance plus/moins agréable dans votre lieu de travail ?

Pour des clients qui restent maximum une heure sur place, ça sera bien plus agréable. Pour nous qui sommes là toute la journée aussi parce que ça ne peut qu'améliorer notre quotidien.

- En quoi pensez-vous que ces trois facteurs peuvent être congruents/incongruents (en adéquation/pas en adéquation) avec les deux autres facteurs (visuel et tactile) déjà présents ?

Ils sont en adéquation, car ils complètent le service, ils l'améliorent et de façon cohérente. Tout ça va vers le but de satisfaire le client dans son expérience d'achat.

Commentaire d'entretien :

- Nom et prénom : Olivier Jordens
- Vendeur depuis combien de temps chez Percy Motors : 9 ans – chef de vente depuis 6 ans (brand manager)
- Supplément d'information sur le contexte : showroom calme

2. Entretien n° 2 : Dimitri Pierard

Questionnaire

Introduction

À propos du lieu de travail :

- Comment définiriez-vous un lieu de travail agréable ?

Le lieu doit être avec de la luminosité et surtout propre. Avoir du bon matériel, de l'espace et une bonne équipe de travail.

Centrage

À propos de l'ambiance globale du showroom :

- Comment trouvez-vous l'ambiance globale du showroom de Percy Motors ? Comment le décririez-vous en quelques mots ?

Notre showroom est accueillant, lumineux et chaleureux. Cependant, vu la taille moyenne du showroom et la grande gamme que nous proposons, les voitures exposées prennent beaucoup de place et limite un peu l'espace pour marcher et se déplacer ce qui « confine » le lieu. Le showroom est un lieu de travail agréable, surtout depuis que les bureaux ont été refaits, car on a gagné en luminosité. Les inconvénients par contre de toutes les fenêtres c'est qu'en hiver il fait assez froid et en été très chaud.

Approfondissement

À propos du visuel :

- À propos de l'aménagement du showroom et des voitures exposées, en quoi avez-vous des difficultés/facilités à travailler avec cet aspect ?

J'aime avoir les voitures dans le showroom, c'est le but de la vente automobile. Sans cela nous aurions difficile à faire notre travail.

- En quoi trouvez-vous cet aspect plaisait/déplaisant pour travailler ?

C'est plaisant d'avoir les véhicules exposés, car les clients peuvent admirer, s'installer dans les véhicules qui peuvent aussi procurer un achat impulsif chez le eux. Cela nous permet aussi d'argumenter près d'une voiture, de montrer certaines options, les couleurs, etc. Nous pouvons facilement faire des allers-retours entre notre bureau et une voiture exposée pour convaincre ou réexpliquer certains aspects avec le client. Le seul inconvénient est le risque que le client en ait de trop sous les yeux. Par exemple le client flashe sur une couleur de Polo et quand nous configurons la Golf du client cette couleur-là n'est pas disponible sur la Golf.

À propos du tactile :

- À propos de la possibilité de faire « toucher » (dans le sens, tester, s'asseoir, essayer) les voitures aux clients, en quoi avez-vous des difficultés/facilités à travailler avec cet aspect ?

C'est indispensable. Sans cela, très difficile de vendre. Grâce au toucher, le client se rend compte de ce qu'il achète et peut aussi comparer la différence de qualité avec les autres marques concurrentes.

- En quoi trouvez-vous cet aspect plaisait/déplaisant pour travailler ?

C'est plaisant, car le client ne sait pas émettre d'argument pour se « défiler ». S'il veut voir la voiture, nous lui montrons, s'il veut s'installer, elle est présente pour cela. Si le client veut faire un essai, nous avons quasi toutes les voitures à l'essai. Cela nous permet de répondre directement aux questions du client, car le but est de finaliser l'achat si possible dès son 1^{er} passage.

- En quoi pensez-vous que les aspects visuel et tactile actuels du showroom sont-ils congruents/incongruents (en adéquation) entre eux ?

Comme je l'ai dit, ce sont deux choses indispensables sans lesquels on ne saurait pas travailler ni satisfaire le client.

À propos des trois facteurs absents (sonore, gustatif, olfactif)

Sonore

- Quel serait votre ressenti si de la musique était diffusée dans le showroom ?

Cela pourrait être un gros point positif pour accentuer le côté chaleureux quand on rentre. La musique occupe inconsciemment et fait en sorte que le temps d'attente est moins loin pour les clients qui attendent leurs voitures au service après-vente.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

C'est dommage, car sans la musique, l'ambiance reste trop calme et trop « professionnelle ». La musique détend et met en confiance.

- En quoi cela rendrait votre lieu de travail plus/moins agréable si de la musique était diffusée ?

Ce serait beaucoup plus agréable tant pour le personnel que pour les clients.

Gustatif

- Quel serait votre ressenti si du café/eau était servi dans la salle d'attente du showroom ?

Ça ajouterait un côté professionnel de pouvoir proposer à boire au client. Lors d'une discussion pour un véhicule neuf, nous parlons beaucoup et ça permettrait au client d'être plus à l'aise et de pouvoir se désaltérer en été. Le café lui est très apprécié de manière générale donc ça serait un réel atout et en hiver ça permet aussi de se réchauffer.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

C'est dommage, car c'est un vrai plus qui fait la différence dans l'accueil.

- En quoi cela rendrait votre lieu de travail plus/moins agréable si du café/eau était servi dans la salle d'attente ?

Le client pourrait plus facilement avoir envie d'attendre sur place et ne devrait donc pas prendre de véhicule de remplacement par exemple qui ajoute des frais à ce dernier, des kilomètres dans nos voitures.

Olfactif

- Quel serait votre ressenti si une fragrance (parfum d'ambiance) était diffusée dans le showroom ?

Cela pourrait être un réel point positif, car il est vrai que nous bougeons pas mal de fois les voitures et les gaz d'échappement sentent mauvais. Nous avons un système de soufflerie et nous ouvrons les portes, mais ce n'est pas magique les odeurs restent quand même parfois présentes.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

Je n'y avais jamais pensé, mais c'est vrai que c'est dommage de ne pas avoir ce genre d'installation chez nous.

- En quoi cela rendrait votre lieu de travail plus/moins agréable si une fragrance (parfum d'ambiance) était diffusée ?

Cela serait simplement plus agréable tant pour le vendeur que pour les clients qui attendent parfois une heure ou deux dans la salle d'attente.

Les trois facteurs

- En quoi pourriez-vous éprouver des difficultés/facilités si ces trois facteurs d'ambiance étaient rajoutés dans le showroom ?

J'éprouverais de la facilité, car nous parlons de 3 facteurs qui ajouteraient du confort à notre quotidien.

- Si le showroom rajoute ces trois facteurs aux deux déjà existants (visuel et tactile), celui-ci serait considéré comme polysensoriel. En quoi pensez-vous qu'un showroom polysensoriel peut offrir une ambiance plus/moins agréable dans votre lieu de travail ?

Le client se sentirait encore mieux, car l'ambiance serait effectivement plus agréable. Pareil pour le personnel.

- En quoi pensez-vous que ces trois facteurs peuvent être congruents/incongruents (en adéquation/pas en adéquation) avec les deux autres facteurs (visuel et tactile) déjà présents ?

Tous ces points sont en adéquation quant à la possibilité d'améliorer l'ambiance tant pour nous que pour les clients. Bien sûr, ça doit rester dans les limites du raisonnable parce qu'on a aussi besoin de concentration donc la musique ou le parfum ne doivent pas devenir des inconvénients ou des difficultés comme tu dis.

Commentaire d'entretien

- Nom et prénom : Dimitri Pierard
- Vendeur depuis combien de temps chez Percy Motors : 6 ans
- Supplément d'information sur le contexte : beaucoup de bruits dans le showroom

3. Entretien n° 3 avec Célia Léonard

Questionnaire

Introduction

À propos du lieu de travail :

- Comment définiriez-vous un lieu de travail agréable ?

Un lieu spacieux, avec des lumières chaleureuses, une belle vue sur l'extérieur, de la luminosité.

Centrage

À propos de l'ambiance globale du showroom :

- Comment trouvez-vous l'ambiance globale du showroom de Percy Motors ? Comment le décririez-vous en quelques mots ?

Professionnelle. C'est un beau showroom, il est pratique on s'y sent à l'aise par son espace.

Approfondissement

À propos du visuel :

- À propos de l'aménagement du showroom et des voitures exposées, en quoi avez-vous des difficultés/facilités à travailler avec cet aspect ?

Je trouve que cet aspect est très important, car le client a besoin de voir et nous avons besoin de montrer les produits. Je n'ai aucune difficulté, mais facilité pour pouvoir créer la relation avec le client avant d'aller dans le bureau qui est un endroit plus « stressant » pour le client, plus décisif.

- En quoi trouvez-vous cet aspect plaisant/déplaisant pour travailler ?

Plaisant dans le sens où ça facilite à vendre le produit en montrant ce que le client va avoir, mais déplaisant aussi, car le client peut voir beaucoup de choses et devenir hésitant.

À propos du tactile :

- À propos de la possibilité de faire « toucher » (dans le sens, tester, s'asseoir, essayer) les voitures aux clients, en quoi avez-vous des difficultés/facilités à travailler avec cet aspect ?

Facile aussi, car avec le toucher, on arrive à mieux expliquer les intérieurs par exemple.

- En quoi trouvez-vous cet aspect plaisant/déplaisant pour travailler ?

Plaisant, car ça permet de répondre aux besoins des clients, de les rassurer en leur montrant, en leur faisant tester. Déplaisant, car quelquefois nous n'avons pas tout quand c'est une demande très spécifique et ça peut poser problème au moment où on dit au client que nous allons lui montrer et qu'au final ne n'avons plus l'échantillon par exemple.

- En quoi pensez-vous que les aspects visuel et tactile actuels du showroom sont-ils congruents/incongruents (en adéquation) entre eux ?

L'un ne va pas sans l'autre dans le monde des voitures.

À propos des trois facteurs absents (sonore, gustatif, olfactif)

Sonore

- Quel serait votre ressenti si de la musique était diffusée dans le showroom ?

Ça serait plus joyeux, plus entraînant.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

L'ambiance est trop calme, trop sérieuse du coup on ne se détend pas vraiment, même si l'on n'est pas au travail pour se détendre, avoir un environnement plus joyeux ça aide à se motiver pour travailler et ça met de bonne humeur.

- En quoi cela rendrait votre lieu de travail plus/moins agréable si de la musique était diffusée ?

Plus agréable, car la musique apporte de la joie, ça change les idées parfois.

Gustatif

- Quel serait votre ressenti si du café/eau était servi dans la salle d'attente du showroom ?

Ça serait plus convivial, plus chaleureux, car le client se sentirait bien accueilli.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

Je ressens que le client manque de quelque chose pendant son temps d'attente, et si je me mets à sa place je ressentirai pareil. Même pour nous, quand on travaille, c'est un aspect manquant parce que ça nous permettrait aussi de nous détendre.

- En quoi cela rendrait votre lieu de travail plus/moins agréable si du café/eau était servi dans la salle d'attente ?

Plus agréable, car ça rend heureux d'être servi et bien reçu dans un endroit, le client sera donc plus détendu et ça nous mettrait de le mettre plus à l'aise. Et en ce qui nous concerne, ça rendrait notre lieu de travail plus agréable, ça pourrait nous motiver aussi si l'on a un coup de mou.

Olfactif

- Quel serait votre ressenti si une fragrance (parfum d'ambiance) était diffusée dans le showroom ?

Ça serait relaxant, ça dépend de ce qui est diffusé, mais ça rendrait le lieu de travail agréable.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

Ce n'est pas indispensable je trouve dans le cadre de notre travail, mais pour l'ambiance et se sentir bien au travail ça peut être un plus.

- En quoi cela rendrait votre lieu de travail plus/moins agréable si une fragrance (parfum d'ambiance) était diffusée ?

Ça le rendra agréable parce que c'est toujours plaisant d'être au sein d'une bonne atmosphère, une bonne odeur.

Les trois facteurs

- En quoi pourriez-vous éprouver des difficultés/facilités si ces trois facteurs d'ambiance étaient rajoutés dans le showroom ?

Aucune difficulté, au contraire, plus de plaisir à travailler.

- Si le showroom rajoute ces trois facteurs aux deux déjà existants (visuel et tactile), celui-ci serait considéré comme polysensoriel. En quoi pensez-vous qu'un showroom polysensoriel peut offrir une ambiance plus/moins agréable dans votre lieu de travail ?

Ça peut offrir une ambiance plus agréable, car ce sont des facteurs qui touchent les clients, ce sont des petites attentions également, cela ne laisse pas indifférent, on le remarque de suite et donc le client serait tout de suite plus ouvert à nous.

- En quoi pensez-vous que ces trois facteurs peuvent être congruents/incongruents (en adéquation/pas en adéquation) avec les deux autres facteurs (visuel et tactile) déjà présents ?

Je trouve que dans un milieu commercial, l'ambiance est importante donc c'est en adéquation pour aller vers une ambiance améliorée.

Commentaire d'entretien

- Nom et prénom : Célia Léonard
- Vendeur depuis combien de temps chez Percy Motors : 2 ans et demi
- Supplément d'information sur le contexte : beaucoup de bruits

4. Entretien n° 4 avec Julien Magis

Questionnaire

À propos du lieu de travail :

Introduction

- Comment définiriez-vous un lieu de travail agréable ?

Un lieu de travail où il fait bon vivre, chaleureux, lumineux.

Centrage

À propos de l'ambiance globale du showroom :

- Comment trouvez-vous l'ambiance globale du showroom de Percy Motors ? Comment le décririez-vous en quelques mots ?

Bonne, le showroom est agréable. Les bureaux sont très agréables pour les vendeurs comme pour les clients. La partie showroom proprement dite est propre et bien rangée bien que les

voitures sont assez proches les unes des autres. Les bureaux sont climatisés et chauffés en hiver, ils ont toujours une température agréable. En revanche due au nombre d'ouvertures des portes dans le showroom il fait généralement très froid en hiver et chaud en été.

Approfondissement

À propos du visuel :

- À propos de l'aménagement du showroom et des voitures exposées, en quoi avez-vous des difficultés/facilités à travailler avec cet aspect ?

L'inconvénient est que tous les modèles ne sont pas exposés, enfin ils sont tous exposés, mais pas avec toutes les finitions possibles du coup il faut parfois sortir de la concession pour aller en présenter un, ce qui est un peu une difficulté.

- En quoi trouvez-vous cet aspect plaisait/déplaisant pour travailler ?

On ne saurait pas travailler sans cet aspect. C'est un aspect indispensable parce que même sur photos, ce n'est pas la même chose. La chose qui est désagréable, c'est qu'il faut toujours veiller quand un client ouvre une portière pour éviter les coups.

À propos du tactile :

- À propos de la possibilité de faire « toucher » (dans le sens, tester, s'asseoir, essayer) les voitures aux clients, en quoi avez-vous des difficultés/facilités à travailler avec cet aspect ?

Sans cela il nous serait beaucoup plus difficile de vendre des voitures. Le client a vraiment besoin d'être rassuré quant au ressenti de sa voiture (textures, couleurs).

- En quoi trouvez-vous cet aspect plaisait/déplaisant pour travailler ?

Il est très plaisant, car de cette manière le client sait exactement de quoi on parle. Il nous permet également de pouvoir faire toucher certains matériaux au client (tableau de bord, siège, cuir).

- En quoi pensez-vous que les aspects visuel et tactile actuels du showroom sont-ils congruents/incongruents (en adéquation) entre eux ?

L'un ne peut pas être sans l'autre, le client doit voir la voiture de l'extérieur et de l'intérieur. Il doit pouvoir la toucher, l'essayer, et se faire son propre avis. Donc c'est en adéquation, car ça va ensemble.

À propos des trois facteurs absents (sonore, gustatif, olfactif)

Sonore

- Quel serait votre ressenti si de la musique était diffusée dans le showroom ?

Je pense que cela serait une très bonne chose, il y aurait une présence musicale qui permettrait de moins entendre les bruits ambiants comme le chauffage, la climatisation ou encore les collègues qui parlent avec les clients.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

Mauvais, trop de bruits inconfortables.

- En quoi cela rendrait votre lieu de travail plus/moins agréable si de la musique était diffusée ?

Moins de bruits parasites. De plus, ils seraient remplacés par une musique beaucoup plus agréable à écouter.

Gustatif

- Quel serait votre ressenti si du café/eau était servi dans la salle d'attente du showroom ?

Cela serait une très bonne chose, car les clients en demandent régulièrement.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

Mauvais, je trouve cela important de pouvoir proposer à boire aux clients.

- En quoi cela rendrait votre lieu de travail plus/moins agréable si du café/eau était servi dans la salle d'attente ?

Cela serait surtout plus agréable pour le client qui pourrait boire un café ou un verre d'eau pendant son attente ou même pendant l'entretien avec un vendeur. Et pour moi, ça me permettrait de prendre une petite pause de temps en temps, de me détendre après un rendez-vous, ça serait plus agréable.

Olfactif

- Quel serait votre ressenti si une fragrance (parfum d'ambiance) était diffusée dans le showroom ?

C'est une bonne idée. Il est vrai que dans un showroom il y a toute sorte d'odeurs, parfois inconfortables, comme les gaz d'échappement quand les voitures sont déplacées dans le showroom, mais aussi, les odeurs du manège qui se situe juste à côté de notre parking. Mais travailler toute la journée dans une odeur de parfum, je pense que ça peut devenir inconfortable. Par exemple, je n'aimerais pas que ça soit diffusé dans mon bureau. Dans le showroom, ça doit

rester léger, jusque ce qu'il faut pour masquer les odeurs de gaz d'échappement. En soi, elles ne sont présentes que très rarement, mais la fragrance ferait plaisir dans ces moments-là.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

Je ne sais pas vraiment donner mon ressenti par rapport à ce manque, car je ne connais pas d'autres concessions qui ont recourt à cette installation. Mais je trouve ça peut être bien si ça reste uniquement dans le showroom.

- En quoi cela rendrait votre lieu de travail plus/moins agréable si une fragrance (parfum d'ambiance) était diffusée ?

Je pense vraiment que le fait d'uniformiser l'odeur dans la concession serait une bonne idée. Cela permettra d'avoir toujours une bonne odeur au sein de la concession. Mais ça peut vite devenir désagréable si c'est trop fort ou si c'est une odeur qu'on n'apprécie pas. Et je pense qu'on a tous ces propres goûts en matière d'odeur...

Les trois facteurs

- En quoi pourriez-vous éprouver des difficultés/facilités si ces trois facteurs d'ambiance étaient rajoutés dans le showroom ?

Cela ne nous amènera que des facilités. La musique pour éviter les bruits parasites, l'olfactif pour éviter les mauvaises odeurs et le gustatif pour le bien être des clients.

- Si le showroom rajoute ces trois facteurs aux deux déjà existants (visuel et tactile), celui-ci serait considéré comme polysensoriel. En quoi pensez-vous qu'un showroom polysensoriel peut offrir une ambiance plus/moins agréable dans votre lieu de travail ?

Ça rendrait l'ambiance de travail bien plus agréable. C'est parfois difficile de passer 8 h dans un même endroit, sans pouvoir se détendre même 10 minutes. Nous ne sommes pas dans des bureaux fermés et intimes, tout le monde voit ce qu'on fait donc avoir un peu de musique et un petit café, ça rendrait la tâche plus agréable.

- En quoi pensez-vous que ces trois facteurs peuvent être congruents/incongruents (en adéquation/pas en adéquation) avec les deux autres facteurs (visuel et tactile) déjà présents ?

Comme expliqué, je pense que ceux-ci seraient congruents entre eux, car ils amèneront un vrai plus à notre concession, et ils vont bien ensemble pour améliorer le service.

Commentaire d'entretien

- Nom et prénom : Julien Magis
- Vendeur depuis combien de temps chez Percy Motors : 5 ans
- Supplément d'information sur le contexte : beaucoup de bruits

5. Entretien n° 5 : Luis Figueiredo

Questionnaire

Introduction

À propos du lieu de travail :

- Comment définiriez-vous un lieu de travail agréable ?

Un lieu lumineux, confortable, beau, bien équipé et bien aménagé.

Centrage

À propos de l'ambiance globale du showroom :

- Comment trouvez-vous l'ambiance globale du showroom de Percy Motors ? Comment le décririez-vous en quelques mots ?

Je trouve que l'ambiance est bonne, le showroom est chaleureux je trouve. Le fait qu'on est principalement la lumière naturelle donne une bonne ambiance et les vitres donnent l'impression d'agrandir l'espace.

Approfondissement

À propos du visuel :

- À propos de l'aménagement du showroom et des voitures exposées, en quoi avez-vous des difficultés/facilités à travailler avec cet aspect ?

Facilités car c'est avec ça qu'on travaille le plus, c'est vraiment pratique quand on commence une analyse des besoins avec le client.

- En quoi trouvez-vous cet aspect plaisait/déplaisant pour travailler ?

C'est clairement un aspect plaisant pour travailler parce qu'on a tout à notre disposition pour faire une démonstration aux clients. Les attentes des clients sont de voir et d'essayer la voiture qui les intéresse et nous savons leur proposer ça.

À propos du tactile :

- À propos de la possibilité de faire « toucher » (dans le sens, tester, s'asseoir, essayer) les voitures aux clients, en quoi avez-vous des difficultés/facilités à travailler avec cet aspect ?

Ça nous facilite les choses parce que montrer une voiture sur photo, c'est très difficile de la vendre. Ça serait une difficulté si on vendait comme ça, mais là on a des facilités pour montrer ce que le client veut.

- En quoi trouvez-vous cet aspect plaisait/déplaisant pour travailler ?

Je trouve ça plaisant, car à nouveau, cette possibilité accompagne notre argumentation, ça nous aide à convaincre le client.

- En quoi pensez-vous que les aspects visuel et tactile actuels du showroom sont-ils congruents/incongruents (en adéquation) entre eux ?

Oui ils sont en adéquation, car visuel et tactile forment un ensemble.

À propos des trois facteurs absents (sonore, gustatif, olfactif)

Sonore

- Quel serait votre ressenti si de la musique était diffusée dans le showroom ?

Je trouverai ça vraiment mieux, plus gai, plus sympa, plus agréable.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

On le sent que ça manque. Parfois, on ressent vraiment le silence est c'est pesant, le temps passe vraiment lentement.

- En quoi cela rendrait votre lieu de travail plus/moins agréable si de la musique était diffusée ?

Le temps passerait beaucoup mieux, beaucoup plus vite donc ça serait bien plus agréable.

Gustatif

- Quel serait votre ressenti si du café/eau était servi dans la salle d'attente du showroom ?

Pour les clients qui attendent ou ceux qu'on reçoit, ça peut vraiment améliorer l'accueil et l'attente, je trouve que ça peut être un vrai plus pour cet aspect.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

On ne ressent pas vraiment l'absence comme la musique, mais je trouve que ça devrait être présent pour mettre à l'aise le client.

- En quoi cela rendrait votre lieu de travail plus/moins agréable si du café/eau était servi dans la salle d'attente ?

Pour nous, ça serait plus agréable de pouvoir se servir à boire pendant la journée, autre qu'à notre distributeur personnel.

Olfactif

- Quel serait votre ressenti si une fragrance (parfum d'ambiance) était diffusée dans le showroom ?

Je trouve que ça peut être bien comme beaucoup de gens se plaignent de l'odeur du manège voisin. Mais quand on entre dans le showroom, ça ne sent plus rien. Ça peut être bien de mettre un sens bon vers l'entrée ou au milieu du showroom pour que les clients qui ont senti l'odeur du manège l'oublient avec cette autre odeur. Mais ce n'est pas nécessaire que ça soit diffusé dans tout le showroom.

- Quel est votre ressenti par rapport à l'absence de cet aspect dans le showroom ?

Je n'ai pas de ressenti, je trouve que ça peut être bien, mais je ne pense pas que ça peut avoir un réel impact sur l'ambiance actuelle.

- En quoi cela rendrait votre lieu de travail plus/moins agréable si une fragrance (parfum d'ambiance) était diffusée ?

Peut-être désagréable si l'on sent tout le temps cette odeur et qu'elle est trop forte. Mais agréable si c'est discret et focalisé dans un endroit.

Les trois facteurs

- En quoi pourriez-vous éprouver des difficultés/facilités si ces trois facteurs d'ambiance étaient rajoutés dans le showroom ?

Pas de difficultés à part le fait de ne pas oublier de servir une boisson pour accueillir le client comme on ne le fait pas actuellement. Mais sinon, ça ne risque pas de nous poser des problèmes.

- Si le showroom rajoute ces trois facteurs aux deux déjà existants (visuel et tactile), celui-ci serait considéré comme polysensoriel. En quoi pensez-vous qu'un showroom polysensoriel peut offrir une ambiance plus/moins agréable dans votre lieu de travail ?

Pour le lieu de travail, un peu de musique et un café, ça met de bonne humeur. Donc ça rendrait le lieu plus agréable en effet. Le parfum, je pense que ça peut vite déranger surtout comme on reste toute la journée dans le showroom.

- En quoi pensez-vous que ces trois facteurs peuvent être congruents/incongruents (en adéquation/pas en adéquation) avec les deux autres facteurs (visuel et tactile) déjà présents ?

En adéquation parce qu'ils ont tous pour but d'améliorer l'ambiance, l'accueil, le service et le bien-être du client.

Commentaire d'entretien :

- Nom et prénom : Luis Figueiredo
- Vendeur depuis combien de temps chez Percy Motors : 8 mois (vendeur IFAPME)
- Supplément d'information sur le contexte : beaucoup de bruits

Annexe n° 4 : Grilles d'analyse systématique

A. Les clients

Thèmes Répondants	Un lieu de vente agréable	Les deux facteurs présents	Les trois facteurs absents
1) Laurence	- Odeur peut être désagréable pour la visite - Apprécie quand ça sent bon - Éclairé, avec des vitres pour la lumière naturelle - Bel assortiment de voitures avec tous les modèles si possible pour son choix - Ambiance bien, intérieur beau et beaucoup de modèles - Se sent bien (à l'intérieur)	Visuel - Assez lumineux pour les lumières - Aime bien les bureaux, plus intimes. - Comment les voitures sont exposées, sait voir si elle est bien équipée ou non. - N'influence pas dans mon choix Tactile - Important de pouvoir toucher - La toucher nous informe sur la qualité, touchant ça nous informe sur beaucoup - Avec les échantillons, on peut toucher et	Sonore - Mieux parce que trop calme et on entend les autres parler - Musique influence un peu le temps que passe. - Dommage que pas présent. - Créerait une meilleure atmosphère. Gustatif - Aimerai bien du café et des biscuits parce que l'attente peut être longue - Fait un peu « cheap » - Rend l'expérience plus agréable. Olfactif - Pas nécessaire pour l'achat et

		se faire une image. - Important, c'est un budget une voiture donc vraiment nécessaire de pouvoir la tester. Ensemble - Doivent aller ensemble	aime l'odeur des voitures neuves. Parfum très léger Ensemble - Ambiance du showroom est liée à l'expérience d'achat, tout est lié ensemble - Tout doit s'accorder
2) Andréa	- Déteste quand la musique va trop fort ou endroit trop sombre - Endroit pas surchargé - M'attends à ce que le modèle soit présent, à pouvoir l'essayer, le toucher, tester - Ambiance est agréable - Calme, mais je le trouve beau	Visuel - Aime bien les couleurs, c'est simple, c'est agréable - Voitures plus haut de gamme se trouvent à un endroit précis, on le remarque direct donc ça aide pour se repérer. - Showroom relativement bien aménagé, lumineux - Chez Percy, ça donne plus envie en plus si on achète, on va	Sonore - Dépend du volume, faut trouver un juste milieu. - Fait plaisir je trouve d'entendre de la musique en fond sonore. - Ça doit faire partie de la visite, de l'aménagement Gustatif - Pour l'attente, ce n'est pas plus mal - Manquant en effet pour

		quand même devoir y revenir pour les entretiens ou autre donc autant choisir un qui est agréable - Doit être présent, normal pour ce type de produits Tactile - Important de pouvoir tester - Nous informe sur plein d'aspects, la qualité, les fonctionnalités, le confort - Présent partout - Doit être présent comme pour l'autre aspect Ensemble - Sont associés, si on peut voir sans toucher ça serait incohérent.	accompagner l'attente - Aurait rendu l'attente « d'achat » plus agréable Olfactif - Pas convaincue. Odeur de la voiture neuve joue beaucoup sur les émotions - Pense pas que ça ajouterait quelque chose si c'était présent donc son absence me convient. - Parfum trop fort rendrait ça désagréable Ensemble - Ne vois pas ce que le parfum peut ajouter, c'est moins cohérent qu'avec les autres facteurs. - Parfum incongruent avec le reste
--	--	---	--

3) Sabine	- Apprécie que le lieu de vente soit beau, bien arrangé, agréable à voir - Aéré, calme, agréable, espacé, propre - Que les modèles soient exposés - Atmosphère est professionnelle, c'est une bonne ambiance pour regarder les voitures. - Trouve agréable, car il a bien été réaménagé, c'est un showroom agréable - Un peu calme, ça, c'est un peu désagréable	Visuel - Espace est très lumineux c'est agréable - Pour l'aménagement, tout est bien indiqué - Comme il y a tous les modèles, ça m'informe sur les dimensions, les couleurs possibles - Percy fait ce qu'il faut pour mettre en confiance pour donner envie d'acheter là. - Ne saurait pas acheter de voitures si ce n'était pas présent, c'est indispensable. Tactile - Nécessaire - Informe sur les matières, le confort, la qualité des	Sonore - Serait bien parce que là c'est fort calme - Ressent que c'est manquant - Serait plus gai, mettrait de bonne humeur un peu inconsciemment Gustatif - Un petit café ou même juste un verre d'eau, ça peut détendre. - Manquant aussi, ça améliorerait le service et l'attente - Plus agréable parce que ça détend, ça aide à patienter. Olfactif - Peut être vraiment bien, une bonne odeur met de bonne humeur - Pas fait attention, mais ça pourrait être présent pour rendre le
------------------	---	---	---

		matériaux, les bruits, l'utilisation... - Pas plus qu'ailleurs comme c'est comme ça partout. Ensemble - Congruent parce qu'on doit pouvoir voir la voiture et pouvoir la toucher	showroom agréable. - Bonne odeur ça rend tout plus agréable Ensemble - Peut rendre mon expérience davantage agréable - Congruent parce que tout fait en sorte que le showroom soit plus agréable
4) Danièle	- Apprécie que ça soit accueillant, avec de belles couleurs - Éclairé, bien aménagé, de belles couleurs. - Pouvoir voir la voiture, l'essayer sur la route - Un peu trop calme, trop neutre je dirais, un peu froide.	Visuel - Couleurs vont bien ensemble, ne sont pas criardes ou dérangeantes, lumières sont agréables aussi. - Aménagement aide à savoir où se trouve les voitures comme d'un côté il y a les petites et de l'autre les grosses. Pour les voitures exposées, ça	Sonore - Ça rendrait l'endroit beaucoup plus vivant, plus agréable - Ressent que c'est vraiment trop calme - Rendrait mon expérience meilleure je trouve parce que je me sentirai plus à l'aise Gustatif - Peut être bien si on doit attendre

		informe inévitablement sur le produit comme elles sont devant nous. - Comme c'est un showroom quand même agréable, ça donne envie d'acheter là - Normal, un showroom sans voiture présente Tactile - Bien parce que sans ça, on ne sait pas choisir. - Nous informe sur tout ce que la voiture possède ou peut posséder - Proposent des essais sur route, accompagnés ou non - Bien que ça soit autant accessible aux clients Ensemble	un petit moment, ça aide à passer le temps, à se désaltérer. - Peut se ressentir quand on attend et ça peut rendre ça plus agréable aussi. - Plus agréable, car ça peut faire plaisir lors de la visite et de l'attente Olfactif - Peut être bien, aime bien les endroits où ça sent bon, c'est plaisant un endroit parfumé - Ça pourrait être rajouté. - Donnerait un côté plus chaleureux. Ensemble - Plus l'ambiance est agréable, plus l'expérience d'achat le sera
--	--	---	---

		- Vont ensemble, on voit et on essaie.	- Tous des facteurs qui amélioreront la visite donc congruent dans le sens où ça va bien ensemble dans le cadre d'une visite agréable.
5) Christine	- Aime bien un magasin propre, bien rangé, un peu original - Avoir la possibilité de voir la voiture qui me convient, l'essayer. - Bonne, accueillante, agréable. - Agréable parce qu'il est propre, lumineux, sobre	Visuel - Vitraux sont super lumineux, c'est vraiment agréable quand il faut beau dehors, aménagement intérieur est bien et les bureaux sont agréables aussi je trouve - Informe sur la hauteur, longueur, l'aspect extérieur, la couleur de la voiture - Donne envie d'acheter là parce qu'on a vraiment chaque modèle	Sonore - Devrait être présent parce que c'est toujours un peu plus fun un endroit où il y a un fond sonore - Devrait être ajouté, ça serait plus agréable - Rendrait un peu fun, ça ferait moins sérieux et vide Gustatif - Investissement à faire - Être accueillie par un petit café ou un verre d'eau, ça mettrait déjà de meilleure humeur.

		à notre disposition - Doit être présent Tactile - Super important aussi. - Faut que je puisse essayer pour qu'elle me convienne pendant ces 4 ans - Informe sur le confort, la qualité, si au toucher c'est agréable, etc. - Disponible partout maintenant donc ce n'est pas exceptionnel chez Percy - Doit être présent pour apprécier la voiture et faire son choix Ensemble - Sont en adéquation	- Devrait être présent pour le client qui attend. - Si j'achète ma voiture ici, je serais contente de savoir que quand je vais devoir attendre sur place Olfactif - Peut vraiment égayé l'espace je trouve - On oublierait cette odeur pour s'en souvenir d'une bonne. - Bien plus agréable en effet, un espace qui sent bon c'est plus agréable Ensemble - Cinq facteurs ensemble peuvent former un tout agréable si les paramètres sont bien réglés. - Peut former un tout agréable et cohérent uniquement si
--	--	---	--

		parce qu'on doit être en mesure de voir la voiture et de l'essayer pour l'adopter.	c'est mieux aménagé et si les paramètres sont cohérents entre eux. - Faut un juste milieu.
6) Philippe	- Possibilité de pouvoir toucher les produits - Espace entre les voitures, la disponibilité des différents modèles et options - Manquait de couleurs, je ne voyais que des voitures et des bureaux de vendeurs - Agréable que ça soit épuré, sobre. Les couleurs ne m'oppressent pas.	Visuel - Froid, ça manque de « vie », les lumières sont peu éclairantes - M'informe sur le choix possible - Le choix des voitures exposées dans le showroom peut influencer sur mon choix. La voiture présentée dans le showroom peut jouer, la manière dont le showroom est aménagé aussi - Me donne plus envie d'acheter là que dans un endroit où c'est	Sonore - Serait bien, là le showroom est trop calme, ça doit juste être de la musique de fond. - Rend le showroom trop calme, peut être bien pour l'attente plus chouette si je peux dire ça comme ça. - Petit fond sonore ça peut rendre l'expérience plus agréable. Gustatif - Pour l'accueil, ça serait pas mal. - Dommage, mais pas indispensable

		sale et trop criard. - Peux les voir et les toucher, comme tous les showrooms. Tactile - Important de pouvoir toucher sinon on ne se fait pas une idée de ce qu'on va acheter. - Informe sur les options possibles, sur comment elles fonctionnent - Percy propose des essais donc c'est encore plus simple de se faire une idée de l'achat - Important que ça soit présent, j'aime bien pouvoir venir et toucher à mon aise Ensemble - L'un ne va pas sans l'autre,	- Pour l'attente, encore une fois, ça peut être plus agréable - Peut la rendre plus agréable parce que je me dirais que je suis bien servi et bien accueilli Olfactif - Parfum est trop prononcé, je n'aimerais vraiment pas. En plus, ça pourrait gâcher l'odeur des voitures neuves. - Pas indispensable non plus parce que l'odeur des voitures neuves c'est agréable - Dépend de l'intensité, car ça peut la rendre très désagréable Ensemble - Voitures exposées, les tests, la musique et l'eau vont bien
--	--	--	--

		sont en adéquation	ensemble pour un showroom. Ça offre un meilleur accueil, une meilleure visite. Pour l'odeur, je ne suis pas convaincu - Sauf pour l'odeur. Je ne sais pas si ça peut être en adéquation avec des produits comme les voitures.
7) Jean-Noël	- Déteste la musique trop forte, le fait que ça soit mal rangé - Apprécie par contre, c'est le visuel - Endroit où visuellement ça donne envie, de belles couleurs qui vont ensemble - Simple, bien aménagé - Important que le showroom soit	Visuel - Couleurs un peu froides, simples, classiques. Les lumières, on ne les voit pas beaucoup comme tout est vitré, on voit plus la lumière naturelle - Voitures exposées m'informe sur les couleurs, les options, les	Sonore - Serait bien, juste pour rajouter un fond sonore, pour ne pas que ça soit calme - Dommage, ça créerait une meilleure ambiance - La musique, ça met de bonne humeur - Rendrait donc l'expérience plus agréable Gustatif

	propre et les voitures aussi. - Bonne, mais un peu calme - Agréable, c'est l'intérieur, comment c'est aménagé. Les couleurs sont classiques. - Désagréable, c'est que ça soit si calme - Un peu froid avec la couleur blanche	tailles, les possibilités... - Semblé être un showroom entretenu, ça donne l'impression que le garage fait attention à son service. - Aspect primordial, ça doit être présent Tactile - Important de pouvoir ressentir soi-même si les matériaux nous plaisent, les options, le « look » de la voiture - M'informe sur la qualité déjà, sur le confort, les manipulations - Peux le faire à mon aise, je peux tout essayer	- Pour l'attente, ça serait pas mal - Ajoute un plus au service, l'attente est moins désagréable. - Pas forcément remarqué en attendant, mais je trouve que ça peut être bien - Peut améliorer mon expérience d'achat uniquement si je dois attendre Olfactif - Négatif parce que je ne vois pas l'intérêt de diffuser du parfum - Pas de ressenti particulier parce que ça n'apporterait rien - Pas plus ou pas moins désagréable Ensemble - Ambiance et l'expérience peuvent être
--	---	---	--

		- Indispensable aussi, sans ça on ne sait pas se faire d'idées ni être sûr de son choix Ensemble - Congruents comme vous dites, car juste voir la voiture ne suffit pas, il faut la toucher, la tester.	vraiment plus agréable et ça peut ajouter un plus au service de Percy - Si l'ambiance peut être améliorée, les gens se sentiront surement mieux dans le showroom. - Peut être tout à fait en adéquation
8) Thomas	- Trop sombre - Aime bien, c'est quand c'est bien présenté - Bien éclairé, spacieux, propre, accueillant - Pouvoir regarder les voitures et qu'elles soient accessibles librement - Très épurée, l'atmosphère est bonne - Showroom est agréable	Visuel - Aime bien l'intérieur du showroom. Les vitres, le blanc, des couleurs épurées, des lumières agréables. - Donne beaucoup d'infos sans devoir forcément faire appel à un vendeur. - Manière dont est	Sonore - Dépend quoi comme musique, mais ça pourrait être bien, comme dans tous les magasins, ça fait passer le temps plus sympathiquement - Pourrait être présent pour que le showroom soit un peu plus vivant, plus agréable - Serait plus agréable pour que le temps de la

	- Satisfait parce que j'ai pu voir la voiture qui m'intéressait	agréable je trouve - Beaucoup plus simple pour comparer Tactile - Aime bien aussi, on peut toucher différentes matières, voir ce qu'on préfère - Peut informer sur tous les attributs de la voiture, ses sièges, la qualité, l'espace à l'intérieur - Donne envie parce que tout est présent pour pouvoir faire son choix Ensemble - Se combinent, on voit la voiture puis on l'essaie	visite soit plus sympa Gustatif - Ferait plaisir aux clients et ça peut mettre à l'aise - Peut aussi être rajouté pour bien reçu. C'est un aspect manquant. - Fait toujours bonne impression et donc oui l'expérience serait plus agréable Olfactif - Trouverais ça agréable seulement si c'est agréable et pas trop prenant. - Peut être ajouté pour que ça soit plus agréable, mais légèrement. - Plus agréable Ensemble - Serait plus agréable - Tout va bien ensemble, mais
--	---	---	--

			ça doit bien s'accorder
9) Alexandre	- Espace propre, agréable, bien aménagé, déteste quand la musique va trop fort - Musique agréable, un coin pour s'asseoir, un espace bien aménagé, propre - Trouver les infos dont j'ai besoin, pouvoir essayer la voiture - Espace est bien, agréable. Mais c'est un peu calme. - Pas trouvé désagréable - Satisfait parce que j'ai accès aux infos dont j'ai besoin et on a pu essayer la voiture, s'asseoir dedans	Visuel - Aménagement est bien - Voitures exposées, ça informe sur le type de voitures que c'est. - Showroom accueillant - Pour n'importe quel commerce, ça doit être réfléchi et présent. Tactile - Content d'avoir pu essayer avec mes enfants, d'avoir pu faire un essai - Informe sur le confort, que ça soit devant ou à l'arrière - Donne envie parce qu'on a pris mes demandes en considération	Sonore - Paraîtrait moins calme - Remarque tout de suite qu'il manque quelque chose - Rendrait l'endroit encore plus accueillant, moins calme donc oui plus agréable Gustatif - Se sentirait bien reçu. Ça ferait plaisir. - Pas prêté attention comme la musique, mais ça peut être plus. - Rendrait ça plus agréable en effet parce que ça détend Olfactif - Quelque chose de peu commun,

		- Important pour se décider Ensemble - L'un ne va pas sans l'autre	mais pourquoi pas - Pas remarqué non plus - Peut rendre le showroom plus agréable, car on apprécie toujours un endroit qui sent bon Ensemble - Plus qui peuvent rendre le client plus content, plus de bonne humeur si l'endroit est plus agréable - Seraient en adéquation parce que ce ne sont pas des facteurs complètement décalés
10) François	- Aime bien quand c'est lumineux, agréable quand on entre - Espace où on peut se promener donc pas trop étroit,	Visuel - Endroit est beau, bien aménagé, bien propre - On voit tout de suite où se trouvent les voitures, ça permet de voir	Sonore - Plaisant donc j'aimerais bien - Surprenant qu'il ne passe pas de musique - Rendrait plus agréable l'expérience d'achat

	lumineux, bien arrangé - Pouvoir essayer la voiture confortablement - Bonne, agréable, normale - Endroit est propre, les voitures sont propres, il y a tout qui est exposé - Satisfait parce que c'est un beau showroom	les tailles, les couleurs - Donne envie parce que c'est bien arrangé - Doit être présent Tactile - Apprécie pouvoir essayer un peu tout pour voir ce que j'aimais bien, ce que j'aimais moins - Donne plein d'infos d'ailleurs c'est un des seuls moyens pour s'approprier les infos - Donne pas plus envie qu'un autre critère - Doit être présent, comme pour l'autre facteur Ensemble - Voir et toucher, ça va ensemble	Gustatif - Toujours bien pour l'accueil - Pourrait être un plus - Plus agréable parce que c'est quelque chose qui peut vraiment mettre à l'aise les gens Olfactif - Je ne vois pas trop l'utilité - Content on va dire qu'il n'y en ai pas - Rendrait désagréable parce que ça peut vraiment être dérangeant - Léger, ça peut aller Ensemble - Ambiance plus agréable parce que ce sont des choses qui rendent d'office l'expérience plus agréable
--	---	---	--

			- Visuel, tactile, musique et café, ça va ensemble parce que je trouve que ça permet de se sentir bien dans le magasin - Parfum je trouve que ça convient moins aux showrooms automobiles
--	--	--	--

B. Les vendeurs

Thèmes Répondants	Un lieu de travail agréable	Les deux facteurs présents	Les trois facteurs absents
1) Olivier	- Grand, chaud, confortable - Ambiance est beaucoup plus agréable	Visuel - Sans voitures dans le showroom, même avec peu de voitures, nous ne saurions pas faire une bonne présentation des voitures, ne pose pas de difficulté	Sonore - Le fait de diffuser de la musique dans le showroom rendrait l'endroit beaucoup plus agréable - Serait bien mieux, tant pour nous que pour les clients - Rendrait le showroom bien plus vivant - Nostalgie ou antipode, ça serait

		- Plaisant pour travailler, car c'est grâce à ça que nous pouvons argumenter nos explications pour répondre aux besoins du client. Tactile - Facilite beaucoup la tâche - Plaisant pour justifier nos propos, pour argumenter, pour montrer Ensemble - Doivent être ensemble	bien pour nous, notre clientèle et le showroom - Fait vraiment vide - Rendrait notre lieu de travail aussi plus agréable parce que ça met de bonne humeur, c'est bien plus sympa que le silence Gustatif - Plus professionnel pour le client - Ça peut changer la donne, c'est manquant - Rendrait le lieu de travail plus agréable - Pourrait se servir pendant la journée, donc bien plus agréable aussi Olfactif - Moins convaincu - Odeur d'une voiture neuve attire toujours le client - Hermand a disposé des
--	--	---	--

			bâtonnets parfumés appelés « fragrance sticks » - Bien moins nécessaire que les deux autres aspects évoqués - Pas la chose la plus indispensable pour proposer nos services ou les améliorer Ensemble - Pas de difficultés parce que ça rendrait le showroom plus agréable surtout pour le visiteur. - Peut qu'améliorer notre quotidien - En adéquation, car ils complètent le service, ils l'améliorent et de façon cohérente
2) Dimitri	- Doit être avec de la luminosité et surtout propre. Avoir du bon matériel, de l'espace et	Visuel - Aime avoir les voitures dans le showroom, c'est le but de	Sonore - Pourrait être un gros point positif pour accentuer le côté chaleureux

	une bonne équipe de travail. - Showroom est accueillant, lumineux et chaleureux	la vente automobile - Plaisant d'avoir les véhicules exposés, car les clients peuvent admirer, s'installer dans les véhicules qui peuvent aussi procurer un achat impulsif chez le eux Tactile - Indispensable. Sans cela, très difficile de vendre - Permet de répondre directement aux questions du client Ensemble - Deux choses indispensables	- Musique occupe inconsciemment et fait en sorte que le temps d'attente est moins loin - Dommage, car sans la musique, l'ambiance reste trop calme et trop « professionnelle » - Beaucoup plus agréable tant pour le personnel que pour les clients Gustatif - Ajouterait un côté professionnel de pouvoir proposer à boire au client - Dommage, car c'est un vrai plus qui fait la différence dans l'accueil - Client pourrait plus facilement avoir envie d'attendre sur place Olfactif - Pourrait être un réel point positif
--	---	---	--

			- Jamais pensé, mais c'est vrai que c'est dommage - Serait simplement plus agréable tant pour le vendeur que pour les clients Ensemble - Facilité, car nous parlons de 3 facteurs qui ajouteraient du confort à notre quotidien. - Client se sentirait encore mieux, car l'ambiance serait effectivement plus agréable, pareil pour le personnel. - Points sont en adéquation quant à la possibilité d'améliorer l'ambiance tant pour nous que pour les clients - Doit rester dans les limites du raisonnable
3) Célia	- Lieu spacieux, avec des	Visuel	Sonore

	lumières chaleureuses, une belle vue sur l'extérieur, de la luminosité - Beau showroom	- Facilité pour pouvoir créer la relation avec le client avant d'aller dans le bureau - Plaisant dans le sens où ça facilite à vendre le produit en montrant ce que le client va avoir Tactile - Facile aussi, car avec le toucher, on arrive à mieux expliquer les intérieurs par exemple - Plaisant, car ça permet de répondre aux besoins des clients, de les rassurer en leur montrant, en leur faisant tester Ensemble	- Serait plus joyeux, plus entraînant - Ambiance est trop calme - Plus agréable, car la musique apporte de la joie, ça change les idées parfois Gustatif - Serait plus convivial, plus chaleureux, car le client se sentirait bien accueilli - Client manque de quelque chose pendant son temps d'attente, pour nous, quand on travaille, c'est un aspect manquant - Plus agréable, car ça rend heureux d'être servi et bien reçu dans un endroit, ce qui nous concerne, ça rendrait notre lieu de travail plus agréable Olfactif
--	--	--	--

		- L'un ne va pas sans l'autre dans le monde des voitures	- Serait relaxant, agréable - Pas indispensable je trouve dans le cadre de notre travail, mais pour l'ambiance et se sentir bien au travail ça peut être un plus - Le rendra agréable parce que c'est toujours plaisant d'être au sein d'une bonne atmosphère, une bonne odeur Ensemble - Aucune difficulté, au contraire, plus de plaisir à travailler - Peut offrir une ambiance plus agréable, car ce sont des facteurs qui touchent les clients - En adéquation pour aller vers une ambiance améliorée
--	--	--	---

4) Julien	- Où il fait bon vivre, chaleureux, lumineux - Bonne, le showroom est agréable, showroom proprement dit est propre et bien rangée	Visuel - Faut parfois sortir de la concession pour aller en présenter un - Ne saurait pas travailler sans cet aspect. C'est un aspect indispensable. Tactile - Sans cela il nous serait beaucoup plus difficile de vendre des voitures - Très plaisant, car de cette manière le client sait exactement de quoi on parle Ensemble - L'un ne peut pas être sans l'autre, le client doit voir la voiture de l'extérieur et	Sonore - Serait une très bonne chose, il y aurait une présence musicale qui permettrait de moins entendre les bruits ambiants - Mauvais, trop de bruits inconfortables - Moins de bruits parasites Gustatif - Très bonne chose, car les clients en demandent régulièrement - Mauvais, je trouve cela important de pouvoir proposer à boire aux clients - Plus agréable pour le client qui pourrait boire un café ou un verre d'eau pendant son attente - Permettrait de prendre une petite pause de temps en temps Olfactif
-----------	--	--	---

		de l'intérieur, en adéquation, car ça va ensemble	- Bonne idée, travailler toute la journée dans une odeur de parfum, je pense que ça peut devenir inconfortable, la fragrance ferait plaisir dans ces moments-là - Peut être bien si ça reste uniquement dans le showroom - Le fait d'uniformiser l'odeur dans la concession serait une bonne idée, peut vite devenir désagréable si c'est trop fort ou si c'est une odeur qu'on n'apprécie pas Ensemble - Nous amènera que des facilités. La musique pour éviter les bruits parasites, l'olfactif pour éviter les mauvaises odeurs et le gustatif pour
--	--	--	---

			le bien être des clients - Rendrait l'ambiance de travail bien plus agréable - Vont bien ensemble pour améliorer le service
5) Luis	- Lieu lumineux, confortable, beau, bien équipé et bien aménagé - Ambiance est bonne, le showroom est chaleureux, lumière naturelle donne une bonne ambiance	Visuel - Facilités oui, car c'est avec ça qu'on travaille le plus - Aspect plaisant pour travailler parce qu'on a tout à notre disposition Tactile - Nous facilite les choses parce que montrer une voiture sur photo, c'est très difficile de la vendre - Plaisant, car à nouveau, cette	Sonore - Trouverai ça vraiment mieux, plus gai, plus sympa, plus agréable - Sent que ça manque, ressent vraiment le silence est c'est pesant - Temps passerait beaucoup mieux Gustatif - Peut vraiment améliorer l'accueil et l'attente, je trouve que ça peut être un vrai plus pour cet aspect - Ne ressent pas vraiment l'absence comme la musique, mais

		possibilité accompagne notre argumentation Ensemble - Adéquation, car visuel et tactile forment un ensemble	je trouve que ça devrait être présent pour mettre à l'aise le client - Plus agréable de pouvoir se servir à boire pendant la journée Olfactif - Peut être bien comme beaucoup de gens se plaignent de l'odeur, sens bon vers l'entrée ou au milieu du showroom pour que les clients, pas nécessaire que ça soit diffusé dans tout le showroom - Peut être bien, mais je ne pense pas que ça peut avoir un réel impact sur l'ambiance actuelle - Peut-être désagréable si on sent tout le temps cette odeur et
--	--	---	---

			qu'elle est trop forte Ensemble - Pas de difficultés - Pour le lieu de travail, un peu de musique et un café, ça met de bonne humeur, le parfum, je pense que ça peut vite déranger - En adéquation parce qu'ils ont tous pour but d'améliorer l'ambiance, l'accueil, le service et le bien-être du client
--	--	--	--

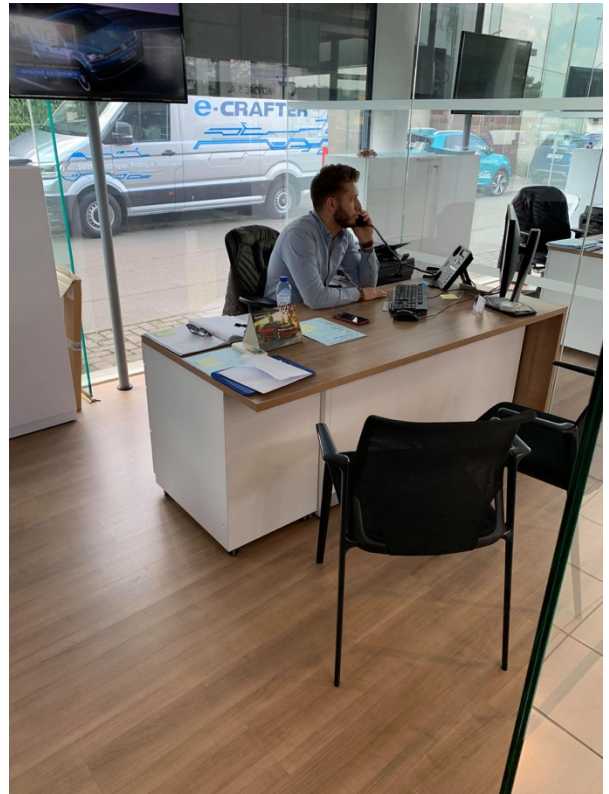
Annexe n° 5 : Photos du showroom en absence de la stratégie



Vue du showroom
depuis l'entrée.



Vue du showroom
quand on se trouve à
l'arrière.



Bureaux vitrés des vendeurs.



Clientes installées dans la
salle d'attente.



Client qui regarde le lutrin
d'informations de la voiture.

Annexe n° 6 : Processus d'objectivation

Voici les six étapes du processus d'objectivation :

1. Étalement

Nous avons étalé les données récoltées grâce à notre observation, notre description, nos entretiens et nos photographies.

2. Réduction

Nous avons réduit nos données afin d'en faire ressortir les éléments les plus intéressants. Nous avons réparti nos données en fonction de pôles majeurs qui sont des éléments tournant autour d'une même dynamique (concernent notre question de recherche et hypothèses) et qui vont nous aider à répondre à notre problématique. Ces pôles sont les thèmes que nous avons abordés comme les facteurs d'ambiance, l'ambiance polysensorielle, le sonore, l'olfaction, le tactile, le gustatif, le visuel... Nous avons respecté le fait que les données récoltées devaient correspondre à l'objet de notre recherche, que la reproductibilité était faisable, que les données devaient viser la diversité des points de vue et qu'elles ne devaient pas être mises à l'écart si elles étaient gênantes.

3. Organisation

Les données étant organisées, nous pouvons les consolider afin de repérer d'éventuelles régularités. En fonction des pôles, nous avons procédé à un assemblage des données présentant des régularités et avons approfondi ces pôles en repérant quels étaient les éléments pertinents pour notre recherche en rassemblant les données et les analysant.

4. Mises en évidence de relations entre variables

En nous basant sur nos pôles majeurs, nous avons essayé de repérer d'éventuelles relations existantes entre des variables indépendantes et dépendantes (la variable indépendante étant celle qui influence la variable dépendante).

5. Confrontation interne

Nous avons passé en revue systématiquement nos pôles et nos données afin de vérifier que nous n'avions rien laissé au hasard. Nous avons tenu compte de toutes les données récoltées des entretiens et nous les avons mis en connexion.

6. Confrontation externe

Nous avons confronté nos données avec la revue littéraire. Cela nous a permis de comparer nos propositions interprétatives avec ces autres données externes. Notre interprétation a pu être nourrie davantage et nous avons pu améliorer nos connaissances sur nos pôles majeurs.

Annexe n° 7 : E-mail de communication du nouveau concept aux employés

📧 Répondre 📧 Répondre à tous 📧 Transférer

JM Julien Magis Dimitri Pierard; Alexandre Badot; Celia Leonard; 'luis.figueiredo@percymotors.vw.be' ▾
Changements dans le showroom !

Chers collègues de la vente,

Je me permets de vous envoyer cet e-mail en l'absence d'Olivier pour vous faire part d'un changement dans le showroom.

Nous allons diffuser de la musique (radio Nostalgie), installer une machine à café, une fontaine à eau ainsi que des bâtonnets senteur Rituals dans le showroom.

Suite à l'étude de Romane et ses résultats, elle espère rendre le showroom plus agréable pour nos clients ainsi que pour vous. Elle reviendra dans quelques jours/semaines vers vous pour vous demander un feed-back.

N'hésitez pas à venir vers moi ou vers Olivier si vous avez des questions ou suggestions.

Bonne journée,

Julien Magis

 Volkswagen	Julien MAGIS Sales Advisor Tel : +32 10 48 98 05 Fax : +32 10 48 33 90 julien.magis@percymotors.vw.be	Percy Motors SA Chaussée de Namur 263 1300 Wavre www.percymotors.be	
---	--	--	---

DISCLAIMER: The content of this e-mail message does not constitute a commitment of Percy Motors SA. This e-mail and any attachments thereto may contain information which is confidential and/or protected by intellectual property rights and are intended for the intended recipient only. Any use of the information contained herein (including, but not limited to, total or partial reproduction, communication or distribution in any form) by persons other than the designated recipient(s) is prohibited.

Annexe n° 8 : Guides d'entretien de la deuxième étude qualitative

A. Premier type d'entretien : entretiens de recherche sur rendez-vous avec les clients

→ Entretiens semi-directifs individuels d'exploration et de recherche auprès du **premier profil** de répondants (clients).

Pour le traitement de ces entretiens, nous suivons une posture analytique de reconstruction de sens, c'est-à-dire que ce que les interviewés disent est une base, mais qu'il faut veiller à la validité interne de notre travail.

1. Profils des répondants

Le profil des répondants est le même que celui de la première étude et ce sont également les mêmes répondants qui participent à cette deuxième phase d'étude. Ce sont donc des clients, femmes et hommes, entre 40 et 50 ans qui se sont trouvés dans le showroom en absence de stratégie et qui se trouvent maintenant en présence de la stratégie.

2. Guide de recrutement

Il n'y a pas de guide de recrutement pour cette étude comme nous l'avions déjà effectué pour la première et que nous interrogeons les mêmes personnes.

3. Guide d'entretien

Le guide d'entretien d'une étude empirique contient les différents thèmes et questions qui seront abordés avec le répondant lors de l'entretien. Le contrat de base ci-dessous est une explication générale du déroulement de l'interview. Celui-ci a été volontairement scindé en plusieurs parties pour y faire ressortir les thèmes et faciliter l'analyse. Par rapport à la rédaction des questions, nous avons vu dans la théorie que les individus ont trois types de réponses/réactions face aux facteurs d'ambiance : affectives, cognitives et comportementales. Les questions d'approfondissement ont donc été rédigées pour faire ressortir ses réactions à propos des trois nouveaux facteurs ajoutés dans le showroom.

- Contrat de base

Bonjour Madame/Monsieur,

Merci de m'accorder ce deuxième entretien et d'avoir accepté cette rencontre aujourd'hui. Le premier entretien avait pour but d'analyser votre perception en absence de la stratégie polysensorielle. Cette deuxième rencontre a pour intérêt d'analyser votre perception maintenant que vous avez été immergé dans la nouvelle ambiance du showroom de Percy Motors. Pour rappel, nous avons décidé d'ajouter de la musique, une senteur et une sensation gustative dans le showroom. La question de recherche à laquelle je souhaite répondre est : en quoi l'intégration d'une stratégie polysensorielle dans le showroom de la concession Volkswagen Percy Motors à Wavre peut-elle stimuler la perception d'un potentiel acheteur d'une voiture ?

Cela durera entre 30 minutes et l'entretien sera enregistré — avec l'accord de l'interviewé(e) — afin de pouvoir le retranscrire plus tard. Tout ce qui est dit restera confidentiel et ne sera utilisé que dans le cadre de ce travail. Cela vous convient-il ?

Questionnaire :

Introduction

1. À propos d'un lieu de vente polysensoriel
 - Quel est votre ressenti par rapport à un lieu de vente polysensoriel ?

Centrage

1. À propos de l'ambiance polysensorielle du showroom
 - Comment définiriez-vous la nouvelle ambiance de Percy Motors ?
 - En quoi cette nouvelle ambiance rend votre visite plus/moins agréable qu'avant ?
 - Comment décririez-vous l'image que vous avez de Percy Motors suite à cette nouvelle ambiance ?

Approfondissement

1. À propos du sonore
 - Quel est votre ressenti par rapport à la musique diffusée ?
 - En quoi le fait que de la musique soit diffusée vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?
 - En quoi le fait que de la musique soit diffusée vous donne envie d'acheter une voiture chez Percy ?

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

2. À propos du gustatif

- Quel est votre ressenti par rapport au café/eau servi dans le showroom ?
- En quoi le fait que du café/eau soit servi vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?
- En quoi le fait que du café soit servi vous donne envie d'acheter une voiture chez Percy ?
- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

3. À propos de l'olfactif

- Quel est votre ressenti par rapport à la fragrance diffusée ?
- En quoi le fait qu'une fragrance soit diffusée vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?
- En quoi le fait qu'une fragrance soit diffusée vous donne envie d'acheter une voiture chez Percy ?
- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

4. À propos de la congruence

- En quoi pensez-vous que les cinq facteurs du showroom, à savoir le visuel, le tactile, le sonore, le gustatif et l'olfactif, soient en adéquation entre eux ?
- En quoi êtes-vous satisfait ou insatisfait de l'ajout de ces trois facteurs dans le showroom ?

Conclusion

1. Remerciements

B. Deuxième type d'entretien : entretiens de recherche sur rendez-vous avec les vendeurs

➔ Entretiens semi-directifs individuels d'exploration et de recherche auprès du deuxième profil de répondants (vendeurs).

Pour le traitement de ces entretiens, nous suivons une posture analytique de reconstruction de sens, c'est-à-dire que ce que les interviewés disent est une base, mais qu'il faut veiller à la validité interne de notre travail.

1. Profils des répondants

Le profil des répondants est le même que celui de la première étude et ce sont également les mêmes répondants qui participent à cette deuxième phase d'étude. Ce sont donc des vendeurs de véhicules neufs qui passent leurs journées dans le showroom de Percy Motors.

2. Guide de recrutement

Il n'y a pas de guide de recrutement pour cette étude comme nous l'avons déjà effectué pour la première et que nous interrogeons les mêmes personnes.

3. Guide d'entretien

- Contrat de base

Bonjour Madame/Monsieur,

Merci de m'accorder ce deuxième entretien et d'avoir accepté cette rencontre aujourd'hui. Le premier entretien avait pour but d'analyser votre perception en absence de la stratégie polysensorielle. Cette deuxième rencontre a pour intérêt d'analyser votre perception maintenant que vous avez été immergé dans la nouvelle ambiance du showroom de Percy Motors. Pour rappel, nous avons décidé d'ajouter de la musique, une senteur et une sensation gustative dans le showroom. La question de recherche à laquelle je souhaite répondre est : en quoi l'intégration d'une stratégie polysensorielle dans le showroom de la concession Volkswagen Percy Motors à Wavre peut-elle stimuler la perception d'un potentiel acheteur d'une voiture ? Concernant les vendeurs, je m'intéresse à vos possibles facilités ou difficultés à travailler dans cette nouvelle ambiance polysensorielle.

Cela durera entre 30 minutes et l'entretien sera enregistré — avec l'accord de l'interviewé(e) — afin de pouvoir le retranscrire plus tard. Tout ce qui est dit restera confidentiel et ne sera utilisé que dans le cadre de ce travail. Cela vous convient-il ?

Questionnaire :

Introduction

1. À propos du lieu de travail

- En quoi trouvez-vous agréable/désagréable un lieu de travail polysensoriel ?

Centrage

1. À propos de l'ambiance polysensorielle du showroom
 - Comment définiriez-vous la nouvelle ambiance de Percy Motors ?
 - En quoi avez-vous des facilités/difficultés à travailler dans cette nouvelle ambiance polysensorielle ?

Approfondissement

1. À propos du sonore
 - À propos de la musique diffusée dans le showroom, en quoi avez-vous des difficultés/facilités à travailler avec cet aspect ?
 - En quoi trouvez-vous cet aspect plaisait/déplaisant pour travailler ?
2. À propos du gustatif
 - À propos du café/eau servi dans le showroom, en quoi avez-vous des difficultés/facilités à travailler avec cet aspect ?
 - En quoi trouvez-vous cet aspect plaisait/déplaisant pour travailler ?
3. À propos de l'olfactif
 - À propos de la fragrance diffusée dans le showroom, en quoi avez-vous des difficultés/facilités à travailler avec cet aspect ?
 - En quoi trouvez-vous cet aspect plaisait/déplaisant pour travailler ?
4. À propos de la congruence
 - En quoi pensez-vous que les cinq facteurs (visuel, tactile, sonore, gustatif, olfactif) sont en adéquation/pas en adéquation entre eux ?
 - En quoi pensez-vous que ce showroom polysensoriel vous offre une ambiance plus/moins agréable pour travailler ?

Conclusion

1. Remerciements

Annexe n° 9 : Retranscriptions des entretiens

A. Entretiens avec les clients

1. Entretien n° 1 : Laurence Vankrunkelsven

Questionnaire

Introduction

À propos d'un lieu de vente polysensoriel

- Quel est votre ressenti par rapport à un lieu de vente polysensoriel ?

Je trouve que c'est un lieu raffiné. Ça peut être agréable ou tout à fait désagréable si c'est trop surchargé.

Centrage

À propos de l'ambiance polysensorielle du showroom

- Comment définiriez-vous la nouvelle ambiance de Percy Motors ?

Je la trouve très agréable. Il n'y avait pas l'odeur du manège quand je suis arrivée, mais l'odeur est très fraîche quand on entre, la musique est sympa, c'est vraiment bien.

- En quoi cette nouvelle ambiance rend votre visite plus/moins agréable qu'avant ?

Plus agréable parce que vraiment, le parfum apporte une fraîcheur. C'est vraiment ça qui m'a marqué en entrant. Évidemment, la musique change beaucoup aussi parce que ça ajoute un peu plus de vie si on peut dire ça comme ça, mais c'est moins marquant que le parfum à l'entrée.

- Comment décririez-vous l'image que vous avez de Percy Motors suite à cette nouvelle ambiance ?

L'image de showroom, je dirai bonne. Une bonne image parce que ça fait plaisir de voir que des efforts ont été apportés pour le rendre plus agréable.

Approfondissement

À propos du sonore

- Quel est votre ressenti par rapport à la musique diffusée ?

J'apprécie, c'est de la musique passe-partout, qui plait à tout le monde.

- En quoi le fait que de la musique soit diffusée vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

Ça n'informe pas sur le produit, mais plutôt sur le style que Percy Motors veut se donner, un style normal, simple, pas dans le luxe ou le « trop jeune ».

- Comment ça le trop jeune ?

En passant Fun Radio par exemple, ça fait fort jeune je trouve. Style qui irait mieux aux voitures pour jeunes.

- En quoi le fait que de la musique soit diffusée vous donne envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Comme je vais devoir revenir sur place, ça m'influence parce que je me dis que je ne vais pas arriver dans un endroit avec de la musique insupportable.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

Je trouve que c'est bien parce que ça crée une atmosphère plus gaie, plus accueillante.

À propos du gustatif

- Quel est votre ressenti par rapport au café/eau servi dans le showroom ?

Si on doit attendre longtemps sur place et que l'attente est longue, je trouve que ça doit être présent sachant parfois on doit attendre une heure dans le showroom. C'est long, au moins on peut se servir à boire. Il manque juste des petits biscuits ou quelque chose à grignoter.

- En quoi le fait que du café/eau soit servi vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

Ça m'informe sur le fait que Percy veut bien accueillir ses clients, les installer confortablement pour que l'attente soit moins désagréable.

- En quoi le fait que du café soit servi vous donne envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Ça me donne envie parce qu'encore une fois, comme je sais que je vais devoir revenir pour ma voiture, je sais qu'au moins l'attente ne sera pas trop désagréable comme je pourrais m'asseoir avec un magazine et un café en attendant.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

Je suis contente, c'est sympa, ça change la perception de l'attente.

À propos de l'olfactif

- Quel est votre ressenti par rapport à la fragrance diffusée ?

Comme j'ai dit, finalement j'apprécie beaucoup. C'est vraiment léger, frais, j'aime bien. C'est pas trop prenant, on le sent surtout à l'entrée.

- En quoi le fait qu'une fragrance soit diffusée vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

En fait, les facteurs ajoutés dont tu m'as parlé informent surtout sur Percy et non sur les produits comme les deux autres. Ça informe sur les efforts fournis par Percy et son désir de rendre son showroom plus agréable pour sa clientèle je trouve.

- En quoi le fait qu'une fragrance soit diffusée vous donne envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Parce que je trouve que l'ambiance du showroom est liée à l'expérience d'achat, c'est sur ça qu'on va se baser pour faire notre choix. Sinon ce sont les mêmes voitures dans n'importe quel garage donc c'est sur ce genre de choses qu'on va faire attention.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

Je trouve ça bien tout compte fait, c'est sympa et l'odeur me plaît.

À propos de la congruence

- En quoi pensez-vous que les cinq facteurs du showroom, à savoir le visuel, le tactile, le sonore, le gustatif et l'olfactif, soient en adéquation entre eux ?

Je trouve que tout s'accorde bien, tout répond un peu à un besoin pour le client : le tactile pour toucher la voiture, le visuel pour la voir, le gustatif pour attendre, le parfum pour se détendre et la musique pour être à l'aise. Ça se combine bien pour une enseigne de service.

- En quoi êtes-vous satisfait ou insatisfait de l'ajout de ces trois facteurs dans le showroom ?

Je suis satisfaite parce que l'expérience de visite dans cette nouvelle ambiance m'a plu, ce sont des petites choses simples qui ajoutent du positif.

Conclusion

Remerciements

Commentaire d'entretien

- Nom et prénom : Vankrunkelsven Laurence
- Âge : 48 ans
- Sexe : Femme
- Statut : client particulier/~~professionnel~~
- Raison de la visite : a déjà une voiture Percy et vient acheter une voiture pour sa fille
- Supplément d'information sur le contexte : bruit de pluie dehors

2. Entretien n° 2 : Andréa Mathey

Questionnaire

Introduction

À propos d'un lieu de vente polysensoriel

- Quel est votre ressenti par rapport à un lieu de vente polysensoriel ?

Ça dépend comment c'est, j'aime les magasins simples et ce qui m'importe, ce sont les produits.

Il ne faut pas que ça soit « too much » comme on dit.

Centrage

À propos de l'ambiance polysensorielle du showroom

- Comment définiriez-vous la nouvelle ambiance de Percy Motors ?

Je ne suis pas fan de la musique, mais je trouve que c'est sympa quand on fait un tour, on regarde les voitures, on entend la musique, ça sent bon, ça m'a fait plaisir.

- En quoi cette nouvelle ambiance rend votre visite plus/moins agréable qu'avant ?

Plus agréable parce qu'en fait, ça m'a mis à l'aise. Je trouve que d'aller dans un showroom, c'est stressant. Acheter une voiture, c'est stressant, la faire réparer, c'est stressant. Et là, ça m'a détendu.

- Comment décririez-vous l'image que vous avez de Percy Motors suite à cette nouvelle ambiance ?

Une image d'un showroom agréable, plaisant.

Approfondissement

À propos du sonore

- Quel est votre ressenti par rapport à la musique diffusée ?

Comme j'ai dit, je ne suis pas fan de ce genre de musique, mais ça c'est chacun son truc. Je trouve ça mieux c'est plus vivant qu'avant.

- En quoi le fait que de la musique soit diffusée vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

Ça m'informe sur Percy, sur son style, l'image qu'il veut donner. Chez BMW ils passent une musique complètement différente donc c'est aussi pour montrer un style complètement différent.

- En quoi le fait que de la musique soit diffusée vous donne envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Ça ne me donne pas plus envie que ça parce que je m'intéresse surtout au produit.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

C'est important je trouve que ça soit présent, on remarque fort l'absence de ce genre de choses je trouve parce que c'est présent partout.

À propos du gustatif

- Quel est votre ressenti par rapport au café/eau servi dans le showroom ?

C'est très pratique pour l'attente. Mais aussi, quand on est arrivé, Luis (un vendeur) nous a proposé à boire. Ça m'a surprise, mais en fait pour l'accueil aussi c'est très bien pour mettre à l'aise.

- En quoi le fait que du café/eau soit servi vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

Ça m'informe que Percy veut bien accueillir son client. Ça ne change rien pour les produits.

- En quoi le fait que du café soit servi vous donne envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Parce que ça montre que le service est important pour eux donc ça donne envie d'acheter là.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

Je trouve que ça rend l'attente et l'accueil plus agréable donc c'est important que ça soit présent pour le client, pour qu'il se sente à l'aise et pris en considération.

À propos de l'olfactif

- Quel est votre ressenti par rapport à la fragrance diffusée ?

Honnêtement, c'est tellement léger que ça passe inaperçu, ce n'est pas désagréable. On la sent quand on rentre, ça fait plaisir de rentrer dans un endroit qui sent bon. Et comme c'est léger, ça ne passe pas au-dessus de l'odeur des voitures neuves.

- En quoi le fait qu'une fragrance soit diffusée vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

Ça m'informe que c'est un endroit propre, agréable.

- En quoi le fait qu'une fragrance soit diffusée vous donne envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Ça, ça ne m'influence pas parce que c'est juste un petit plus, mais ça ne fait pas beaucoup de différence comparée aux autres choses ajoutées.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

C'est bien, mais sans plus.

À propos de la congruence

- En quoi pensez-vous que les cinq facteurs du showroom, à savoir le visuel, le tactile, le sonore, le gustatif et l'olfactif, soient en adéquation entre eux ?

Je trouvais que le parfum n'allait pas avec le reste parce que j'avais peur ça soit trop fort et que ça fasse magasin de parfum, vous voyez ? Ici, c'est léger, ça donne un effet de propre, un showroom propre et accueillant donc ça va ensemble finalement parce que c'est agréable ensemble.

- En quoi êtes-vous satisfait ou insatisfait de l'ajout de ces trois facteurs dans le showroom ?

Satisfait parce que le moment passé sur place dans le showroom est différent d'avant, la visite est satisfaisante.

Conclusion

Remerciements

Commentaire d'entretien

- Nom et prénom : Mathey Andréa
- Âge : 50 ans
- Sexe : Femme
- Statut : client ~~particulier~~/professionnel
- Raison de la visite : est indépendante et n'a jamais acheté de voiture chez Percy
- Supplément d'information sur le contexte : bruit de pluie dehors

3. Entretien n° 3 : Sabine Verhaegen

Questionnaire

Introduction

À propos d'un lieu de vente polysensoriel

- Quel est votre ressenti par rapport à un lieu de vente polysensoriel ?

J'aime bien ce genre de magasin, ça éveille un peu tous nos sens si on peut dire ça comme ça. On est comme des enfants.

Centrage

À propos de l'ambiance polysensorielle du showroom

- Comment définiriez-vous la nouvelle ambiance de Percy Motors ?

Très sympa, beaucoup moins calme qu'avant, mais ça ne me dérange pas. Ça sent bon quand on entre et la musique est bien.

- En quoi cette nouvelle ambiance rend votre visite plus/moins agréable qu'avant ?

Plus agréable en fait parce que c'est plus vivant quoi. On entre, c'est lumineux, les voitures sont là, l'ambiance est sympa, ça sent bon. Pour moi, c'est réussi.

- Comment décririez-vous l'image que vous avez de Percy Motors suite à cette nouvelle ambiance ?

Une image d'un showroom bien pensé et agréable. Le showroom Opel est par exemple trop petit, trop de voiture l'une sur l'autre, les bureaux en plein milieu du showroom... Ça ne donne pas envie.

Approfondissement

À propos du sonore

- Quel est votre ressenti par rapport à la musique diffusée ?

C'est vraiment sympa je trouve, ça change les humeurs.

- En quoi le fait que de la musique soit diffusée vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

Ça m'informe sur l'image que Percy se donne, dans le sens où il met un certain genre de musique, donc c'est pour se donner un certain genre aussi.

- En quoi le fait que de la musique soit diffusée vous donne envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Parce qu'au moins je me dis que mon temps sur place va être bien, que je vais acheter ma voiture dans une bonne atmosphère.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

C'est vraiment bien parce qu'on ressentait que c'était manquant.

À propos du gustatif

- Quel est votre ressenti par rapport au café/eau servi dans le showroom ?

Ce sont des petites choses qui aident à se détendre quand on attend, parfois les rendez-vous peuvent être longs, parfois l'attente est longue. Donc je trouve que c'est vraiment un plus pour le client.

- En quoi le fait que du café/eau soit servi vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

Ça m'informe sur le fait que Percy pense à des choses pour accueillir son client, pour qu'il soit satisfait comme il le souhaite dans son slogan.

- En quoi le fait que du café soit servi vous donne envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Parce que je sais que je serais bien servie et reçue.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

Je trouve comme j'ai dit que c'est un vrai plus pour se détendre.

À propos de l'olfactif

- Quel est votre ressenti par rapport à la fragrance diffusée ?

J'aime beaucoup. Dès que je suis rentrée, ça m'a mise de bonne humeur parce que c'est une odeur agréable.

- En quoi le fait qu'une fragrance soit diffusée vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

Ça m'informe que Percy fait attention à l'image de son showroom et son aménagement si on peut dire ça comme ça.

- En quoi le fait qu'une fragrance soit diffusée vous donne envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Parce que j'achète ma voiture dans un endroit dans lequel je me sens bien.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

Je trouve que c'est vraiment bien, c'est agréable quand on entre.

À propos de la congruence

- En quoi pensez-vous que les cinq facteurs du showroom, à savoir le visuel, le tactile, le sonore, le gustatif et l'olfactif, soient en adéquation entre eux ?

Oui ils sont en adéquation parce qu'ils rendent mon expérience plus agréable en étant ensemble.

- En quoi êtes-vous satisfait ou insatisfait de l'ajout de ces trois facteurs dans le showroom ?

J'en suis satisfaite parce quand on doit acheter une voiture, c'est toujours stressant. On sait qu'on va mettre une grosse somme ou faire un prêt. Si en plus on est mal reçu ou pas à l'aise, ça rend la tâche encore plus stressante donc le fait que le showroom soit plus agréable et il faut aussi ne pas oublier qu'il faut que les vendeurs soient compétents, ça rend l'achat bien plus facile et confiant.

Conclusion

Remerciements

Commentaire d'entretien

- Nom et prénom : Verhaegen Sabine
- Âge : 46 ans
- Sexe : Femme
- Statut : client particulier/~~professionnel~~
- Raison de la visite : a besoin d'une voiture rapidement suite à un accident
- Supplément d'information sur le contexte : bruit de pluie dehors

4. Entretien n° 4 : Danièle Grégoire

Questionnaire

Introduction

À propos d'un lieu de vente polysensoriel

- Quel est votre ressenti par rapport à un lieu de vente polysensoriel ?

J'aime bien, mais dans les limites du raisonnable. Donc vraiment un truc simple, pas de trop.

Centrage

À propos de l'ambiance polysensorielle du showroom

- Comment définiriez-vous la nouvelle ambiance de Percy Motors ?

Bien plus sympathique, plus chaleureuse. Avant, je la trouvais un peu froide.

- En quoi cette nouvelle ambiance rend votre visite plus/moins agréable qu'avant ?

Plus agréable justement parce que l'ambiance est plus sympathique et chaleureuse donc ça donne envie de prolonger la visite.

- Comment décririez-vous l'image que vous avez de Percy Motors suite à cette nouvelle ambiance ?

Une image d'un showroom sérieux et chaleureux pour des clients attentifs et qui ont besoin d'être rassuré et bien reçu.

Approfondissement

À propos du sonore

- Quel est votre ressenti par rapport à la musique diffusée ?

Ça rend l'endroit beaucoup plus vivant je trouve, parfois on dit qu'un endroit calme c'est bien, mais ça met mal à l'aise et on ressent le calme plus fort que la musique je trouve. Je me sens plus à l'aise, c'est mieux.

- En quoi le fait que de la musique soit diffusée vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

Ça m'informe sur l'image que Percy veut renvoyer vu le style de musique choisi.

- En quoi le fait que de la musique soit diffusée vous donne envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Parce que je me dis que l'endroit est sympa, bien présenté, des choses sont mises en place, on s'y sent à l'aise.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

C'est important, les gens aiment bien la musique en général.

À propos du gustatif

- Quel est votre ressenti par rapport au café/eau servi dans le showroom ?

Je trouve que c'est le truc en plus qu'il fallait ajouter pour l'attente sur place et l'accueil. Comme dans les banques. Pour l'achat d'une voiture, je trouve que des efforts doivent être fournis de la part du concessionnaire pour que le client ait envie d'investir chez vous, fin en tout cas d'y mettre son argent.

- En quoi le fait que du café/eau soit servi vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

Ça m'informe que Percy fait un effort pour bien me recevoir.

- En quoi le fait que du café soit servi vous donne envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Parce que je me dis quand je devrais revenir pour l'entretien, l'attente ne sera pas trop désagréable.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

C'est vraiment important quand on vend ce type de service de faire le minimum pour bien recevoir ses clients quand on sait qu'ils viennent pour dépenser de grosses sommes.

À propos de l'olfactif

- Quel est votre ressenti par rapport à la fragrance diffusée ?

C'est hyper agréable. On le sent quand on rentre, c'est une bonne odeur, c'est vraiment sympa.

- En quoi le fait qu'une fragrance soit diffusée vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

Ça m'informe que Percy prend soin de son showroom, qu'il a envie qu'il soit accueillant, je pense.

- En quoi le fait qu'une fragrance soit diffusée vous donne envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Oui parce que de nouveau, comme je devrais revenir, je sais que je me sentirai bien dans le showroom s'il sent bon, c'est plaisant.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

C'est agréable, ça fait plaisir comme odeur, ça donne envie de rester plus longtemps.

À propos de la congruence

- En quoi pensez-vous que les cinq facteurs du showroom, à savoir le visuel, le tactile, le sonore, le gustatif et l'olfactif, soient en adéquation entre eux ?

Oui ils sont en adéquation parce que ce sont des facteurs qui améliorent la visite. Chacun a une caractéristique qui améliore la visite.

- En quoi êtes-vous satisfait ou insatisfait de l'ajout de ces trois facteurs dans le showroom ?

Satisfaite parce que c'est bien plus agréable et ça va bien avec ce qui était déjà mis en place.

Conclusion

Remerciements

Commentaire d'entretien

- Nom et prénom : Grégoire Danièle
- Âge : 49 ans
- Sexe : Femme
- Statut : client particulier/~~professionnel~~
- Raison de la visite : cherche une petite voiture de ville et a un budget limité
- Supplément d'information sur le contexte : fin de journée, peu de bruit

5. Entretien n° 5 : Christine Destexhe

Questionnaire

Introduction

À propos d'un lieu de vente polysensoriel

- Quel est votre ressenti par rapport à un lieu de vente polysensoriel ?

J'aime bien ce genre d'endroit un peu différent où l'on entre dedans on se sent tout de suite une bonne atmosphère comme ça.

Centrage

À propos de l'ambiance polysensorielle du showroom

- Comment définiriez-vous la nouvelle ambiance de Percy Motors ?

Ce qu'on remarque direct en entrant, c'est la musique et le parfum. Et là, on sent une bonne atmosphère, c'est une bonne ambiance je trouve. Elle était déjà bien avant fin plus basique je dirai.

- En quoi cette nouvelle ambiance rend votre visite plus/moins agréable qu'avant ?

Plus agréable forcément, un peu de musique et une bonne odeur c'est agréable.

- Comment décririez-vous l'image que vous avez de Percy Motors suite à cette nouvelle ambiance ?

Un showroom agréable, professionnel, pensé pour le client.

Approfondissement

À propos du sonore

- Quel est votre ressenti par rapport à la musique diffusée ?

J'aime bien, la musique est sympa, pas trop forte non plus comme dans certains endroits. C'est plus fun comme ça.

- En quoi le fait que de la musique soit diffusée vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

Ça m'informe sur le style de la marque je dirai, la musique doit correspondre non ? Enfin c'est mon avis, mais le style va bien avec.

- En quoi le fait que de la musique soit diffusée vous donne envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Oui ça donne envie parce qu'on achète sa voiture dans un endroit sympa.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

Ça fait moins sérieux et moins vide comme j'avais dit, je pense, c'est bien qu'ils aient ajouté ça.

À propos du gustatif

- Quel est votre ressenti par rapport au café/eau servi dans le showroom ?

Ça, je l'ai vu bien après et c'est un bon investissement, même pour le personnel.

- En quoi le fait que du café/eau soit servi vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

Ça m'informe sur le fait que Percy veut que ses clients attendent confortablement.

- En quoi le fait que du café soit servi vous donne envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Parce que je me dis que si je dois un jour attendre sur place, au moins je serai bien installée, je pourrais lire un livre avec un café.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

Je trouve ça bien et même important que ça soit présent parce que le client qui attend sur place doit être bien installé pour le mettre de bonne humeur.

À propos de l'olfactif

- Quel est votre ressenti par rapport à la fragrance diffusée ?

Ça, c'est vraiment bien pour oublier l'odeur de l'écurie. Cette odeur est horrible, je ne sais même pas comment les employés supportent ça. Au moins, on est direct comme immergé dans un espace complètement à part qui sent bon, c'est efficace.

- En quoi le fait qu'une fragrance soit diffusée vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

Ça m'informe toujours que Percy fait attention au bien-être de ses clients, pour un espace agréable.

- En quoi le fait qu'une fragrance soit diffusée vous donne envie d'acheter une voiture chez Percy ?

De nouveau, si je dois attendre sur place au moins, ça sentira bon. Je me sentirai bien.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

J'en suis contente, j'aime bien. Ce n'est pas présent partout donc ça change d'autres concessions.

À propos de la congruence

- En quoi pensez-vous que les cinq facteurs du showroom, à savoir le visuel, le tactile, le sonore, le gustatif et l'olfactif, soient en adéquation entre eux ?

Comme les paramètres sont bien réglés, c'est agréable. Le premier besoin, c'est de voir et d'essayer les voitures et ça, c'est rempli. Ensuite, on choisit aussi en fonction de si on se sent bien ou pas, et c'est là que les autres facteurs interviennent. C'est en adéquation selon moi parce que chaque facteur rend l'ambiance agréable, il y en a pas un qui gâche tout si on peut dire ça comme ça.

- En quoi êtes-vous satisfait ou insatisfait de l'ajout de ces trois facteurs dans le showroom ?

Satisfaite parce que j'ai eu une visite agréable et j'aime bien cette nouvelle ambiance.

Conclusion

Remerciements

Commentaire d'entretien

- Nom et prénom : Destexhe Christine
- Âge : 42 ans
- Sexe : Femme
- Statut : client ~~particulier~~/professionnel
- Raison de la visite : doit changer de voiture de leasing
- Supplément d'information sur le contexte : beaucoup de bruit

6. Entretien n° 6 : Philippe Grégoire

Questionnaire

Introduction

À propos d'un lieu de vente polysensoriel

- Quel est votre ressenti par rapport à un lieu de vente polysensoriel ?

Ça dépend vraiment de l'agencement. Les endroits trop bruyants, trop de lumières, trop de couleurs, trop de parfum style Abercrombie, je n'aime pas.

Centrage

À propos de l'ambiance polysensorielle du showroom

- Comment définiriez-vous la nouvelle ambiance de Percy Motors ?

Le showroom est beaucoup plus vivant je trouve et ça se ressent dès qu'on entre. On dirait que rien n'a changé, mais l'ambiance est bien plus vivante.

- En quoi cette nouvelle ambiance rend votre visite plus/moins agréable qu'avant ?

Plus agréable parce qu'on s'y sent bien quoi. Je trouve que ça donne plus de vie au garage.

- Comment décririez-vous l'image que vous avez de Percy Motors suite à cette nouvelle ambiance ?

Une image d'un beau showroom avec une bonne ambiance. Ça a vraiment amélioré son image.

Approfondissement

À propos du sonore

- Quel est votre ressenti par rapport à la musique diffusée ?

J'aime bien, c'est de la musique basique. Bon évidemment, c'est la radio donc on entend les pubs, mais ce n'est pas dérangeant.

- En quoi le fait que de la musique soit diffusée vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

Que Percy aime bien ce genre de musiques ? Je ne sais pas trop.

- En quoi le fait que de la musique soit diffusée vous donne envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Ce n'est pas ça qui va me donner envie, mais au moins je me sentirai bien dans le showroom quand je viendrai, je pourrais profiter de la bonne musique.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

Je trouve qu'un petit fond sonore, ça doit être présent. On ne s'en rend pas toujours compte, mais ça change beaucoup.

À propos du gustatif

- Quel est votre ressenti par rapport au café/eau servi dans le showroom ?

Pour l'accueil et l'attente, c'est un vrai plus. Être accueilli comme ça, on se sent directement valorisé je trouve.

- En quoi le fait que du café/eau soit servi vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

Ici ça m'informe que Percy veut mettre à l'aise ses clients je trouve, veut faire passer l'attente plus agréablement si l'on peut dire ça comme ça.

- En quoi le fait que du café soit servi vous donne envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Parce que je sais que je vais devoir revenir et quand on doit revenir, ce n'est pas toujours positif. Acheter une voiture, ça englobe plein de choses donc il faut aussi penser au fait qu'on va revenir pour l'entretien ou autre donc je me dis qu'au moins si j'achète ici, mon retour ne sera pas trop embêtant parce que je serai bien reçu.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

C'est vraiment bien que ça soit présent, surtout pour l'attente.

À propos de l'olfactif

- Quel est votre ressenti par rapport à la fragrance diffusée ?

L'intensité n'est pas du tout celle que je pensais. Le parfum n'est pas trop prononcé, on le sent quand on entre et après ça reste dans l'air, mais légèrement. J'aime bien.

- En quoi le fait qu'une fragrance soit diffusée vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

Ça m'informe que Monsieur Percy veut peut-être dissimuler les odeurs de la mécanique ou celle du parking et que c'est un bel effort pour que les gens se sentent bien.

- En quoi le fait qu'une fragrance soit diffusée vous donne envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Parce que c'est aussi une chose en plus qui montre que le garage veut qu'on soit bien reçu.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

Ce n'est pas indispensable je trouve. Un showroom peut proposer les deux autres facteurs uniquement et c'est déjà très bien.

À propos de la congruence

- En quoi pensez-vous que les cinq facteurs du showroom, à savoir le visuel, le tactile, le sonore, le gustatif et l'olfactif, soient en adéquation entre eux ?

Finalement, je trouve que ça va bien ensemble parce que ça crée une bonne atmosphère pour la visite. On peut regarder les voitures dans une ambiance décontractée.

- En quoi êtes-vous satisfait ou insatisfait de l'ajout de ces trois facteurs dans le showroom ?

Satisfait parce que ça contribue à se sentir mieux reçu, mieux accueilli.

Conclusion

Remerciements

Commentaire d'entretien

- Nom et prénom : Grégoire Philippe
- Âge : 50 ans
- Sexe : Homme
- Statut : client particulier/~~professionnel~~
- Raison de la visite : accompagne sa femme pour l'achat d'une voiture de ville
- Supplément d'information sur le contexte : beaucoup de bruit

7. Entretien n° 7 : Jean-Noël Jacquet

Questionnaire

Introduction

À propos d'un lieu de vente polysensoriel

- Quel est votre ressenti par rapport à un lieu de vente polysensoriel ?

Je n'aime pas les endroits qui en font trop, où la musique va trop fort ou que c'est trop extravagant. J'aime bien quand c'est bien accordé.

Centrage

À propos de l'ambiance polysensorielle du showroom

- Comment définiriez-vous la nouvelle ambiance de Percy Motors ?

Je le trouvais déjà bien visuellement, mais avec la musique ça rend l'endroit plus gai. Ça fait moins calme, moins vide, l'ambiance est meilleure.

- En quoi cette nouvelle ambiance rend votre visite plus/moins agréable qu'avant ?

Plus agréable comme l'ambiance est meilleure je trouve.

- Comment décririez-vous l'image que vous avez de Percy Motors suite à cette nouvelle ambiance ?

Image d'un showroom agréable, sympa, bien aménagé, sérieux.

Approfondissement

À propos du sonore

- Quel est votre ressenti par rapport à la musique diffusée ?

J'aime vraiment bien parce que c'était vraiment calme, on entendait que les gens parlés c'était désagréable je trouve.

- En quoi le fait que de la musique soit diffusée vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

Ça informe sur le genre que Percy se donne, un genre standard.

- En quoi le fait que de la musique soit diffusée vous donne envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Parce que j'achète ma voiture dans un endroit agréable.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

C'est important parce que ça met de bonne humeur les gens je trouve, c'est quelque chose qui détend.

À propos du gustatif

- Quel est votre ressenti par rapport au café/eau servi dans le showroom ?

Ça complète le service « offert » je trouve, surtout pour l'attente le client a une expérience moins désagréable.

- En quoi le fait que du café/eau soit servi vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

Informe que Percy veut servir un bon café à ses clients pour qu'ils se sentent bien accueillis. Ici, le café n'est pas dans une tasse, mais on n'est pas dans un showroom de luxe non plus et ce n'est pas le genre de Percy donc c'est normal.

- En quoi le fait que du café soit servi vous donne envie d'acheter une voiture chez Percy ?
- Parce que je sais que je serai bien reçu la prochaine fois que je viens.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

Pour ce genre d'enseigne de services, je trouve que ça doit être présent parce qu'il faut attendre sur place ou prendre des rendez-vous (pour l'achat) qui peuvent durer longtemps.

À propos de l'olfactif

- Quel est votre ressenti par rapport à la fragrance diffusée ?

J'aime bien, mais sans plus. Je ne vois vraiment pas ce que ça apporte en plus au service. Pour l'ambiance oui je comprends parce que ça sent bon, c'est une bonne odeur, mais voilà, ça n'apporte pas quelque chose au client.

- En quoi le fait qu'une fragrance soit diffusée vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

Ça m'informe sur le fait que Percy veuille avoir une bonne ambiance et soigner son showroom ou masquer des odeurs de voitures.

- En quoi le fait qu'une fragrance soit diffusée vous donne envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Ça ne me donne pas envie plus que ça d'acheter là parce que le parfum est diffusé, ça ne m'apporte rien, c'est mon avis en soi.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

Ce n'est pas indispensable, l'ambiance est déjà bien comme ça avec la musique qu'on entend.

À propos de la congruence

- En quoi pensez-vous que les cinq facteurs du showroom, à savoir le visuel, le tactile, le sonore, le gustatif et l'olfactif, soient en adéquation entre eux ?

Même si je ne suis pas trop pour le parfum, je trouve que ça va quand même ensemble parce qu'ils rendent ensemble l'expérience de visite vraiment agréable et je pense que ça joue sur l'humeur des clients.

- En quoi êtes-vous satisfait ou insatisfait de l'ajout de ces trois facteurs dans le showroom ?

Oui parce qu'effectivement, je trouve que l'ambiance est agréable et relaxante.

Conclusion

Remerciements

Commentaire d'entretien

- Nom et prénom : Jacquet Jean-Noël
- Âge : 47 ans
- Sexe : Homme
- Statut : client ~~particulier~~/professionnel
- Raison de la visite : souhaite changer sa voiture de société actuelle
- Supplément d'information sur le contexte : peu de bruit, calme

8. Entretien n° 8 : Thomas Degeest

Questionnaire

Introduction

À propos d'un lieu de vente polysensoriel

- Quel est votre ressenti par rapport à un lieu de vente polysensoriel ?

J'aime bien ce genre de lieux parce que l'atmosphère est travaillée pour qu'on se sente bien dans l'univers de produits comme chez Nature et Découvertes. On a de la musique du magasin, un thé aux herbes, des diffuseurs d'huiles essentielles, c'est un magasin où j'aime bien aller.

Centrage

À propos de l'ambiance polysensorielle du showroom

- Comment définiriez-vous la nouvelle ambiance de Percy Motors ?

Je trouvais déjà que c'était une ambiance agréable en comparaison avec d'autres concessions. Mais maintenant c'est sûr qu'on ressent le changement dès qu'on entre avec la musique et le parfum, c'est un bon accueil je trouve.

- En quoi cette nouvelle ambiance rend votre visite plus/moins agréable qu'avant ?

Plus agréable parce que déjà dès qu'on entre, on ressent cette bonne ambiance et ensuite c'est comme ça dans tout le showroom. Je trouvais déjà que l'aménagement est agréable donc le reste a aidé à améliorer l'ambiance déjà installée grâce à l'aménagement.

- Comment décririez-vous l'image que vous avez de Percy Motors suite à cette nouvelle ambiance ?

Un showroom agréable, accueillant.

Approfondissement

À propos du sonore

- Quel est votre ressenti par rapport à la musique diffusée ?

C'est un peu le genre de musique que notre tranche d'âge aime bien écouter comme ce sont des musiques qu'on connaît donc j'aime bien, c'est un bon choix.

- En quoi le fait que de la musique soit diffusée vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

Ça m'informe sur le genre d'ambiance que Percy veut donner et la cible qu'il veut atteindre parce que sinon il aurait mis un autre genre de musique.

- En quoi le fait que de la musique soit diffusée vous donne envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Parce que mon expérience d'achat est agréable, car la musique rend l'endroit plus sympa.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

C'est un aspect qui doit être présent dans les commerces je trouve sinon je trouve que ça crée un malaise entre le client et les commerciaux.

À propos du gustatif

- Quel est votre ressenti par rapport au café/eau servi dans le showroom ?

C'est un aspect qui peut mettre à l'aise les gens, qui aident à détendre surtout quand on parle de l'achat d'une voiture. Je trouve ça bien d'avoir installé ça.

- En quoi le fait que du café/eau soit servi vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

Ça m'informe que Percy veut me mettre à l'aise. Ça fait toujours plaisir de se faire une boisson.

- En quoi le fait que du café soit servi vous donne envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Parce que ça fait bonne impression et que je me sens bien reçu.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

Ça améliore l'accueil donc c'est un plus pour Percy je trouve que ça soit présent.

À propos de l'olfactif

- Quel est votre ressenti par rapport à la fragrance diffusée ?

C'est super léger, c'est une petite odeur de citron, je pense, mais c'est un parfum agréable. J'aime bien cette idée, ça aussi ça améliore l'accueil parce qu'on entre et on se dit « oh ça sent bon ici ».

- En quoi le fait qu'une fragrance soit diffusée vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

Ça informe que Percy veut rendre son showroom plus agréable pour les gens qui s'y trouvent.

- En quoi le fait qu'une fragrance soit diffusée vous donne envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Parce que des efforts sont faits dans le showroom pour qu'on s'y sente bien je me dis que le reste doit suivre aussi.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

C'est léger, c'est agréable dans l'espace.

À propos de la congruence

- En quoi pensez-vous que les cinq facteurs du showroom, à savoir le visuel, le tactile, le sonore, le gustatif et l'olfactif, soient en adéquation entre eux ?

Tout s'accorde je trouve, ça va bien avec ce qui était déjà mis en place.

- En quoi êtes-vous satisfait ou insatisfait de l'ajout de ces trois facteurs dans le showroom ?

Satisfait parce que j'ai vraiment ressenti ce changement d'accueil agréable comme ça.

Conclusion

Remerciements

Commentaire d'entretien

- Nom et prénom : Degeest Thomas
- Âge : 44 ans
- Sexe : Homme
- Statut : client ~~particulier~~/professionnel
- Raison de la visite : doit changer de voiture de leasing
- Supplément d'information sur le contexte : calme, mais personne pressée

9. Entretien n° 9 : Alexandre Scheers

Questionnaire

Introduction

À propos d'un lieu de vente polysensoriel

- Quel est votre ressenti par rapport à un lieu de vente polysensoriel ?

Ça dépend comment c'est aménagé, ça peut être très agréable si c'est bien aménagé parce que tous nos sens vont être actionnés, mais il ne faut pas que ça soit excessif.

Centrage

À propos de l'ambiance polysensorielle du showroom

- Comment définiriez-vous la nouvelle ambiance de Percy Motors ?

Mieux, enfin bonne s'il faut la décrire parce qu'elle a été améliorée, c'est moins calme, plus appréciable.

- En quoi cette nouvelle ambiance rend votre visite plus/moins agréable qu'avant ?

Visite plus agréable parce que ça met de bonne humeur je trouve, la musique, le parfum, un café. Ça rend la visite plus agréable.

- Comment décririez-vous l'image que vous avez de Percy Motors suite à cette nouvelle ambiance ?

L'image d'un showroom agréable, accueillant, chaleureux.

Approfondissement

À propos du sonore

- Quel est votre ressenti par rapport à la musique diffusée ?

J'aime bien c'est vraiment plus sympa avec de la musique que sans.

- En quoi le fait que de la musique soit diffusée vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

Ça informe que Percy aime bien cette musique-là, quel genre d'image il veut donner avec cette musique-là.

- En quoi le fait que de la musique soit diffusée vous donne envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Parce que ça a rendu ma visite plus agréable donc pourquoi pas acheter là.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

C'est important que ça soit présent parce que le calme c'est pesant et la musique, ça met de bonne humeur.

À propos du gustatif

- Quel est votre ressenti par rapport au café/eau servi dans le showroom ?

Je trouve que ça aide à accepter l'attente plus facilement.

- En quoi le fait que du café/eau soit servi vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

Ça m'informe que Percy veut que son client soit bien servi ou bien accueilli.

- En quoi le fait que du café soit servi vous donne envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Parce que ça montre que le personnel fait attention à bien recevoir les clients et ça, les clients n'oublient pas.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

C'est vraiment idéal pour l'attente je trouve.

À propos de l'olfactif

- Quel est votre ressenti par rapport à la fragrance diffusée ?

J'ai vraiment bien aimé sentir cette odeur en rentrant, ça donne le sourire.

- En quoi le fait qu'une fragrance soit diffusée vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

Ça m'informe aussi que Percy veut qu'on se sente bien dans son showroom.

- En quoi le fait qu'une fragrance soit diffusée vous donne envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Parce que de nouveau, ça montre qu'ils veulent que le client soit bien reçu et se sente bien dans leur showroom.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

Ce n'est pas indispensable au premier abord, mais ça rend quand même l'endroit plus agréable je trouve, une touche de fraîcheur.

À propos de la congruence

- En quoi pensez-vous que les cinq facteurs du showroom, à savoir le visuel, le tactile, le sonore, le gustatif et l'olfactif, soient en adéquation entre eux ?

Oui c'est en adéquation, ce ne sont pas des facteurs qui n'ont rien avoir entre eux dans le secteur des services. Pour rendre le client heureux dans son lieu de vente, il faut trouver des aides pour arriver à ce résultat.

- En quoi êtes-vous satisfait ou insatisfait de l'ajout de ces trois facteurs dans le showroom ?

Satisfait parce que je me suis senti bien dans cette nouvelle ambiance.

Conclusion

Remerciements

Commentaire d'entretien

- Nom et prénom : Scheers Alexandre
- Âge : 42 ans
- Sexe : Homme
- Statut : client particulier/~~professionnel~~
- Raison de la visite : cherche une voiture plus spacieuse pour ses enfants
- Supplément d'information sur le contexte : calme

10. Entretien n° 10 : François Delhaize

Questionnaire

Introduction

À propos d'un lieu de vente polysensoriel

- Quel est votre ressenti par rapport à un lieu de vente polysensoriel ?

Ça dépend parce que certains sont surchargés et d'autres sont juste bien. Je pense qu'il faut un juste milieu pour créer un lieu polysensoriel.

Centrage

À propos de l'ambiance polysensorielle du showroom

- Comment définiriez-vous la nouvelle ambiance de Percy Motors ?

J'aime bien parce que dès qu'on entre, on ressent cette nouvelle ambiance, il y a plus de vie. C'est une bonne ambiance.

- En quoi cette nouvelle ambiance rend votre visite plus/moins agréable qu'avant ?

Plus agréable parce que l'ambiance est beaucoup plus vivante.

- Comment décririez-vous l'image que vous avez de Percy Motors suite à cette nouvelle ambiance ?

L'image est renforcée, c'est sûr parce ça fait plus moderne, plus agréable.

Approfondissement

À propos du sonore

- Quel est votre ressenti par rapport à la musique diffusée ?

J'aime bien ce genre de musiques, ça apporte vraiment de la vie, c'est plus agréable quand on se promène dans le showroom.

- En quoi le fait que de la musique soit diffusée vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

Ça m'informe que Percy aime ce genre de musiques.

- En quoi le fait que de la musique soit diffusée vous donne envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Parce que l'endroit est sympa, agréable, vivant, c'est plus chouette d'acheter ici que dans un endroit froid par exemple.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

C'est clairement mieux maintenant que c'est présent.

À propos du gustatif

- Quel est votre ressenti par rapport au café/eau servi dans le showroom ?

Je trouve ça bien parce que ça permet de mettre les gens à l'aise, de les déstresser un peu.

- En quoi le fait que du café/eau soit servi vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

Ça m'informe que Percy veut me mettre à l'aise, fait attention à son service client.

- En quoi le fait que du café soit servi vous donne envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Parce que je me dis qu'ils mettent en place des choses pour que le client soit bien reçu donc c'est important pour moi quand j'achète. Si je sens que le vendeur s'en fout et qu'il veut juste que j'achète chez lui sans plus, je n'aurai pas envie d'acheter chez lui.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

C'est un vrai plus que cet aspect soit présent pour les clients.

À propos de l'olfactif

- Quel est votre ressenti par rapport à la fragrance diffusée ?

J'aime bien, mais je ne vois toujours pas l'utilité parce que c'est agréable oui, mais pas dans ce genre de magasins.

- En quoi le fait qu'une fragrance soit diffusée vous informe sur Percy Motors ou sur les produits ?

Ça m'informe que Percy fait attention à l'image de son showroom.

- En quoi le fait qu'une fragrance soit diffusée vous donne envie d'acheter une voiture chez Percy ?

Parce que le concessionnaire fait attention au bien-être de ses clients dans son showroom.

- Quel est votre ressenti par rapport à la présence de cet aspect dans le showroom ?

Je ne vois pas trop l'intérêt de cet aspect. Mais c'est mon avis, c'est quand même agréable hein bien sûr et ça ne me dérange pas finalement, mais est-ce que cet investissement est nécessaire ? Je ne pense pas.

À propos de la congruence

- En quoi pensez-vous que les cinq facteurs du showroom, à savoir le visuel, le tactile, le sonore, le gustatif et l'olfactif, soient en adéquation entre eux ?

Oui ça va ensemble parce que ça crée une bonne ambiance, une bonne atmosphère, l'expérience est bien plus sympa.

- En quoi êtes-vous satisfait ou insatisfait de l'ajout de ces trois facteurs dans le showroom ?

Satisfait parce que j'ai apprécié ma visite, je me suis senti bien reçu aussi et bien accueilli dans cette nouvelle ambiance.

Conclusion

Remerciements

Commentaire d'entretien

- Nom et prénom : Delhaize François
- Âge : 50 ans
- Sexe : Homme
- Statut : client ~~particulier~~/professionnel
- Raison de la visite : souhaite acheter le nouveau T-Rock
- Supplément d'information sur le contexte : peu de bruit

B. Entretiens avec les vendeurs

1. Entretien n° 1 : Olivier Jordens

Questionnaire

Introduction

À propos du lieu de travail

- En quoi trouvez-vous agréable/désagréable un lieu de travail polysensoriel ?

Je trouve que ça dépend. C'est plus agréable si c'est bien réglé, moins agréable si ça nous embête quand on travaille, avec par exemple une musique trop forte ou une odeur qui dérange certaines personnes.

Centrage

À propos de l'ambiance polysensorielle du showroom

- Comment définiriez-vous la nouvelle ambiance de Percy Motors ?

Je la trouve vraiment bonne. Ces trois facteurs ajoutent un vrai plus, on peut proposer du café aux clients, la musique détend, on s'y sent bien. L'odeur est vraiment légère, quand je sors de mon bureau, respirer cette odeur fait plaisir.

- En quoi avez-vous des facilités/difficultés à travailler dans cette nouvelle ambiance polysensorielle ?

Ce n'est pas une difficulté, mais on doit apprendre à travailler avec et s'adapter. On ne propose pas automatiquement un café ou de l'eau aux clients comme on n'en avait pas l'habitude avant par exemple. Mais ici je ressens des facilités parce que ça ne me dérange pas quand je travaille ou quand je reste un petit moment dans le showroom avec des clients.

Approfondissement

À propos du sonore

- À propos de la musique diffusée dans le showroom, en quoi avez-vous des difficultés/facilités à travailler avec cet aspect ?

Aucune difficulté parce que nous faisons exprès de ne pas la diffuser trop fort pour nous permettre de réfléchir et de discuter correctement avec les clients. Ça ajoute un fond sonore suffisant.

- En quoi trouvez-vous cet aspect plaisait/déplaisant pour travailler ?

C'est un aspect plaisait parce que ça fait clairement moins vide, l'endroit est plus vivant et pour travailler, ça ne me dérange pas. Le silence était parfois pesant et la musique met de bonne humeur parfois.

À propos du gustatif

- À propos du café/eau servi dans le showroom, en quoi avez-vous des difficultés/facilités à travailler avec cet aspect ?

Je n'ai pas de difficulté, mais je dois juste m'habituer à y penser pour le proposer aux clients comme j'ai dit. Pour nous aussi, un petit café le matin ou l'après-midi ça fait plaisir. Pour le client, c'est beaucoup plus professionnel.

- En quoi trouvez-vous cet aspect plaisait/déplaisant pour travailler ?

C'est un aspect plaisant pour notre quotidien, on se sert un café, un verre d'eau, on discute, c'est chouette comme ça.

À propos de l'olfactif

- À propos de la fragrance diffusée dans le showroom, en quoi avez-vous des difficultés/facilités à travailler avec cet aspect ?

Je pensais que ça allait vraiment me déranger, mais c'est vraiment léger et ça sent bon. Je n'étais pas trop convaincu. On utilise le même système chez Audi, mais je n'y avais même pas pensé parce que pour moi, ça faisait vraiment environnement de luxe. Ici, je trouve que ça donne bien, j'ai eu de bons retours.

- En quoi trouvez-vous cet aspect plaisait/déplaisant pour travailler ?

Plaisant, car déjà ce n'est pas diffusé dans mon bureau donc ça ne m'embête pas et ça sent bon dans le showroom, c'est vraiment sympa. Comme j'avais dit, ce n'était pas indispensable pour rendre le showroom plus agréable, mais c'est assez plaisant pour travailler.

À propos de la congruence

- En quoi pensez-vous que les cinq facteurs (visuel, tactile, sonore, gustatif, olfactif) sont en adéquation/pas en adéquation entre eux ?

Je trouve qu'ils sont en adéquation dans le sens où ça complète le service que nous proposons. Le showroom doit être un endroit agréable pour les clients et pour nous. Je trouve que tout va bien ensemble.

- En quoi pensez-vous que ce showroom polysensoriel vous offre une ambiance plus/moins agréable pour travailler ?

Ça offre une meilleure ambiance pour travailler, mais comme j'ai dit ça dépend comment c'est réglé. Ici nous avons tout réglé ensemble pour que ça soit simple, mais efficace pour l'ambiance et pour que ça nous permette de travailler correctement aussi.

Conclusion

Remerciements

Commentaire d'entretien

- Nom et prénom : Olivier Jordens
- Vendeur depuis combien de temps chez Percy Motors : 9 ans – chef de vente depuis 6 ans (brand manager)
- Supplément d'information sur le contexte : showroom calme

2. Entretien n° 2 : Dimitri Pierard

Questionnaire

Introduction

À propos du lieu de travail

- En quoi trouvez-vous agréable/désagréable un lieu de travail polysensoriel ?

Je trouve ça agréable parce que ça fait interagir tous nos sens, il y a de la lumière, des couleurs, les voitures sont présentes, du café, de la musique, du parfum. Un mélange de choses qui donne un lieu de travail agréable je trouve.

Centrage

À propos de l'ambiance polysensorielle du showroom

- Comment définiriez-vous la nouvelle ambiance de Percy Motors ?

Très bonne aussi, plus chaleureuse, plus sympa quand on passe la porte.

- En quoi avez-vous des facilités/difficultés à travailler dans cette nouvelle ambiance polysensorielle ?

Je n'ai pas de difficultés, ça ne facilite pas plus mon travail comme c'est surtout avec le visuel et tactile qu'on travaille, mais c'est agréable, j'aime beaucoup.

Approfondissement

À propos du sonore

- À propos de la musique diffusée dans le showroom, en quoi avez-vous des difficultés/facilités à travailler avec cet aspect ?

Aucune difficulté, c'est beaucoup moins calme qu'avant et ce n'est pas pour autant que ça me dérange pas on s'entend toujours parler, mais parfois quand il n'y a personne, ça fait plaisir un peu de musique.

- En quoi trouvez-vous cet aspect plaisait/déplaisant pour travailler ?

Plaisant dans le sens qu'inconsciemment, les journées semblent moins longues je trouve.

À propos du gustatif

- À propos du café/eau servi dans le showroom, en quoi avez-vous des difficultés/facilités à travailler avec cet aspect ?

Facilités parce que quand j'offre un café ou un verre d'eau à un client, j'ai observé qu'il est tout de suite plus détendu et souriant. Et aussi pour accueillir quelqu'un et le faire attendre, proposer à boire c'est plus accueillant pour la personne qui doit attendre.

- En quoi trouvez-vous cet aspect plaisait/déplaisant pour travailler ?

Plaisant parce qu'on peut se servir aussi pendant la journée.

À propos de l'olfactif

- À propos de la fragrance diffusée dans le showroom, en quoi avez-vous des difficultés/facilités à travailler avec cet aspect ?

Je n'ai pas de difficultés parce que c'est vraiment léger, on sent le parfum de temps en temps et c'est agréable. Ça pourrait être bien si on changeait l'odeur quelques fois pendant l'année aussi pour changer d'ambiance.

- En quoi trouvez-vous cet aspect plaisait/déplaisant pour travailler ?

Plaisant parce que quand on sent le parfum, ça sent bon, ça fait plaisir une bonne odeur dans l'air.

À propos de la congruence

- En quoi pensez-vous que les cinq facteurs (visuel, tactile, sonore, gustatif, olfactif) sont en adéquation/pas en adéquation entre eux ?

Je trouve qu'ils se complètent bien. L'atmosphère du showroom est agréable pour le client et pour nous et ça ne nous empêche pas de travailler comme avant. Le service est amélioré et les clients sont contents.

- En quoi pensez-vous que ce showroom polysensoriel vous offre une ambiance plus/moins agréable pour travailler ?

Parce que pour notre quotidien, ça change quand même beaucoup au niveau de l'ambiance, mais ça change en bien.

Conclusion

Remerciements

Commentaire d'entretien

- Nom et prénom : Dimitri Pierard
- Vendeur depuis combien de temps chez Percy Motors : 6 ans
- Supplément d'information sur le contexte : showroom calme

3. Entretien n° 3 avec Célia Léonard

Questionnaire

Introduction

À propos du lieu de travail

- En quoi trouvez-vous agréable/désagréable un lieu de travail polysensoriel ?

Agréable parce que plein de choses sont mises à notre disposition pour qu'on se sente bien. Ici, le but est d'améliorer l'ambiance pour les clients, mais pour nous aussi ça joue et c'est positif. Je trouve ça agréable parce que ça me met de bonne humeur, ça me détend, ça me déstresse.

Centrage

À propos de l'ambiance polysensorielle du showroom

- Comment définiriez-vous la nouvelle ambiance de Percy Motors ?

Bonne, agréable, relaxante. Parfois, on a des dossiers stressants à traiter, et l'ambiance peut affecter notre humeur. Quand on ne diffusait pas de musique, c'était vraiment le silence complet parfois et c'était pesant. Là, la nouvelle ambiance me détend par moment.

- En quoi avez-vous des facilités/difficultés à travailler dans cette nouvelle ambiance polysensorielle ?

Aucune difficulté, justement je ressens plus de plaisir à travailler. Même si ce sont des facteurs qui touchent les clients, comme j'ai dit ça nous fait plaisir à nous aussi.

Approfondissement

À propos du sonore

- À propos de la musique diffusée dans le showroom, en quoi avez-vous des difficultés/facilités à travailler avec cet aspect ?

Facilité, c'est plus motivant.

- En quoi trouvez-vous cet aspect plaisait/déplaisant pour travailler ?

Il est plaisant parce que la musique change l'ambiance d'avant où c'était super calme. Quand il y a un petit moment de creux, on entend la musique, on se détend un peu.

À propos du gustatif

- À propos du café/eau servi dans le showroom, en quoi avez-vous des difficultés/facilités à travailler avec cet aspect ?

Facilité parce que ça ajoute un côté professionnel quand on offre un café aux clients, on sent qu'on fait un effort pour mieux l'accueillir. Ça peut rendre le client heureux d'être bien reçu avec une boisson. En plus, on n'a pas de vaisselle à faire comme ce sont des gobelets, donc on sert le café ou l'eau, on ne perd pas de temps, le client est content et le rendez-vous peut commencer sur une bonne note.

- En quoi trouvez-vous cet aspect plaisait/déplaisant pour travailler ?

C'est aussi plaisant pour nous parce que quand on a un coup de mou, on peut se servir à boire, ça fait une petite pause, c'est aussi un facteur qui détend.

À propos de l'olfactif

- À propos de la fragrance diffusée dans le showroom, en quoi avez-vous des difficultés/facilités à travailler avec cet aspect ?

Pas de difficultés, l'odeur est discrète, elle est vraiment agréable. J'avais peur que l'odeur fasse un peu « toilettes » quand tu m'as parlé de citron. Mais c'est une odeur agréable, ça fait aussi plaisir surtout quand on revient de dehors et que ça sent l'écurie.

- En quoi trouvez-vous cet aspect plaisait/déplaisant pour travailler ?

Plaisant parce que c'est agréable dans l'air, je trouve que ça donne un côté plus « propre » à la concession.

À propos de la congruence

- En quoi pensez-vous que les cinq facteurs (visuel, tactile, sonore, gustatif, olfactif) sont en adéquation/pas en adéquation entre eux ?

Ils sont en adéquation pour satisfaire le client. Ils vont bien ensemble pour améliorer l'ambiance du showroom et ça ne fait pas trop luxueux. Ce sont des petites choses simples qui sont nous plaisent aussi.

- En quoi pensez-vous que ce showroom polysensoriel vous offre une ambiance plus/moins agréable pour travailler ?

Parce que comme j'ai dit ce sont des choses qui nous plaisent aussi même si elles sont destinées aux clients. Pour nous, travailler dans une bonne ambiance c'est aussi important surtout quand on est là du matin au soir.

Conclusion

Remerciements

Commentaire d'entretien

- Nom et prénom : Célia Léonard
- Vendeur depuis combien de temps chez Percy Motors : 2 ans et demi
- Supplément d'information sur le contexte : showroom calme

4. Entretien n° 4 avec Julien Magis

Questionnaire

Introduction

À propos du lieu de travail

- En quoi trouvez-vous agréable/désagréable un lieu de travail polysensoriel ?

Agréable parce que c'est stimulant pour travailler, je trouve que c'est motivant. Un lieu de travail vide, sans ambiance particulière, c'est parfois démotivant. Je trouvais que le showroom était déjà agréable pour travailler, mais il est bien plus appréciable maintenant, on s'y sent bien.

Centrage

À propos de l'ambiance polysensorielle du showroom

- Comment définiriez-vous la nouvelle ambiance de Percy Motors ?

Bonne, chaleureuse, accueillante. Chaque facteur amène un plus à l'ambiance. En 2020, la concession sera complètement réaménagée pour respecter d'autres nouvelles normes imposées

par D'Ieteren. Si nous transposons cette nouvelle ambiance dans le futur showroom, ça sera encore plus distinctif par rapport aux autres concessions.

- En quoi avez-vous des facilités/difficultés à travailler dans cette nouvelle ambiance polysensorielle ?

Ça nous amène que des facilités parce qu'on s'y sent bien pour travailler.

Approfondissement

À propos du sonore

- À propos de la musique diffusée dans le showroom, en quoi avez-vous des difficultés/facilités à travailler avec cet aspect ?

Je trouve que c'est l'aspect qui surprend le plus dans le showroom comparé au silence. Ça change vraiment énormément l'ambiance et ça ne nous empêche pas de travailler sérieusement. Je ne ressens pas de difficulté, en plus ce n'est pas de la musique « boum-boum » qui pourrait nous déconcentrer.

- En quoi trouvez-vous cet aspect plaisait/déplaisant pour travailler ?

Plaisant parce que ça masque les bruits parasites, ça met de bonne humeur pour travailler.

À propos du gustatif

- À propos du café/eau servi dans le showroom, en quoi avez-vous des difficultés/facilités à travailler avec cet aspect ?

Facilités parce qu'avant l'installation, beaucoup de clients en demandaient : « est-ce que vous auriez un verre d'eau ? ». Maintenant on peut les servir, ça lui permet d'attendre agréablement ou de se sentir mieux accueilli.

- En quoi trouvez-vous cet aspect plaisait/déplaisant pour travailler ?

Plaisant parce qu'on peut se servir un petit café ou un verre d'eau et ça permet d'accueillir plus professionnellement le client donc pour nous aussi, ça aide pour démarrer un rendez-vous.

À propos de l'olfactif

- À propos de la fragrance diffusée dans le showroom, en quoi avez-vous des difficultés/facilités à travailler avec cet aspect ?

Je pensais que ça allait vraiment me gêner parce que je suis quelqu'un d'assez sensible aux odeurs, mais ça ne m'incommode pas. On se le sent de temps en temps, c'est pas trop fort, c'est

une odeur agréable qui peut plaire au plus grand nombre, je crois. Je n'ai pas de difficulté à travailler avec ce facteur.

- En quoi trouvez-vous cet aspect plaisait/déplaisant pour travailler ?

Plaisant aussi parce que l'odeur du manège est horrible dehors, donc le fait de rentrer dans un environnement qui sent bon comme maintenant ça fait plaisir et au moins ce n'est pas diffusé dans notre bureau donc on n'est pas dans l'odeur toute la journée non plus.

À propos de la congruence

- En quoi pensez-vous que les cinq facteurs (visuel, tactile, sonore, gustatif, olfactif) sont en adéquation/pas en adéquation entre eux ?

Ça va bien ensemble dans le sens où ça a amélioré le showroom positivement. Ça ne gêne pas les deux autres facteurs déjà présents et les cinq vont bien ensemble pour améliorer plusieurs aspects du showroom.

- En quoi pensez-vous que ce showroom polysensoriel vous offre une ambiance plus/moins agréable pour travailler ?

Ça offre une ambiance plus agréable parce que pour nous aussi, c'est important de se sentir bien dans l'environnement où on travaille. Je trouve que ces nouveaux aménagements nous rendent aussi notre lieu de travail plus agréable parce que ça contribue à ce qu'on s'y sente bien aussi.

Conclusion

Remerciements

Commentaire d'entretien

- Nom et prénom : Julien Magis
- Vendeur depuis combien de temps chez Percy Motors : 5 ans
- Supplément d'information sur le contexte : beaucoup de bruits

5. Entretien n° 5 : Luis Figueiredo

Questionnaire

Introduction

À propos du lieu de travail

- En quoi trouvez-vous agréable/désagréable un lieu de travail polysensoriel ?

Ça peut être désagréable parce que certaines choses ne plaisent pas à tout le monde. Tout dépend comment c'est géré.

Centrage

À propos de l'ambiance polysensorielle du showroom

- Comment définiriez-vous la nouvelle ambiance de Percy Motors ?

Bonne, on y est bien pour travailler toute la journée.

- En quoi avez-vous des facilités/difficultés à travailler dans cette nouvelle ambiance polysensorielle ?

Aucune difficulté, personnellement ça me met de bonne humeur surtout la musique.

Approfondissement

À propos du sonore

- À propos de la musique diffusée dans le showroom, en quoi avez-vous des difficultés/facilités à travailler avec cet aspect ?

Facilités parce que comme j'ai dit ça me met de bonne humeur, c'est plus sympa d'avoir un peu de musique que rien du tout.

- En quoi trouvez-vous cet aspect plaisait/déplaisant pour travailler ?

Plaisant parce qu'on a l'impression que le temps passe bien plus vite, c'est moins pesant comme avant.

À propos du gustatif

- À propos du café/eau servi dans le showroom, en quoi avez-vous des difficultés/facilités à travailler avec cet aspect ?

Facilités aussi parce qu'on ressent que ça améliore vraiment l'accueil. Un client arrive, on lui propose quelque chose avant de commencer ou on lui propose de se servir s'il faut le faire attendre. Je trouve que pour des produits comme les voitures, il faut faire attendre à l'accueil des clients pour qu'ils se sentent bien dans notre showroom, ça aide à lui donner confiance.

- En quoi trouvez-vous cet aspect plaisait/déplaisant pour travailler ?

C'est évidemment plaisant pour nous aussi, on ne va pas en exagérer, mais on peut se boire un petit café entre collègues ou un verre d'eau pour se détendre. C'est vraiment un plus pour nous aussi.

À propos de l'olfactif

- À propos de la fragrance diffusée dans le showroom, en quoi avez-vous des difficultés/facilités à travailler avec cet aspect ?

Ça, je suis un peu moins fan. Je sais qu'elle n'est pas trop concentrée ou forte, mais c'est mon avis. Les clients en disent du bien, surtout avec l'odeur du parking. Mais je n'ai pas de difficulté à proprement parler avec cet aspect, il ne me dérange pas, mais je ne suis pas fan de l'odeur.

- En quoi trouvez-vous cet aspect plaisait/déplaisant pour travailler ?

Ni plaisait ni déplaisant parce que je n'aime pas trop.

À propos de la congruence

- En quoi pensez-vous que les cinq facteurs (visuel, tactile, sonore, gustatif, olfactif) sont en adéquation/pas en adéquation entre eux ?

Je pense que pour le client, ils sont en adéquation parce que ça a contribué à ce qu'il se sente bien dans le showroom. Ils vont bien ensemble vers un tout assez agréable et nous c'est ce qu'on souhaite, un client content qui se sent bien, car il sera plus apte à nous écouter et nous faire confiance.

- En quoi pensez-vous que ce showroom polysensoriel vous offre une ambiance plus/moins agréable pour travailler ?

Agréable parce que évidemment, ça doit nous plaire aussi même si le but était de le changer pour les clients. Ce sont des choses qui améliorent notre quotidien, on est sur place les cinq jours de la semaine donc c'est déjà plus motivant de se dire qu'on va travailler dans une ambiance agréable parce que certaines choses ont été mises en place.

Conclusion

Remerciements

Commentaire d'entretien

- Nom et prénom : Luis Figueiredo
- Vendeur depuis combien de temps chez Percy Motors : 8 mois (vendeur IFAPME)
- Supplément d'information sur le contexte : showroom calme

Annexe n° 10 : Grilles d'analyse systématique

A. Les clients

Thèmes Répondants	Un lieu de vente polysensoriel	Les trois facteurs ajoutés	La congruence entre les cinq facteurs réunis
1) Laurence	- Trouve que c'est un lieu raffiné. Peut être agréable ou tout à fait désagréable si c'est trop surchargé. - La trouve très agréable (...) l'odeur est très fraîche quand on entre, la musique est sympa, c'est vraiment bien. - Plus agréable parce que vraiment, le parfum apporte une fraîcheur - Bonne image parce que ça fait plaisir de voir que des efforts ont été apportés pour le rendre plus agréable	Sonore - Apprécie, c'est de la musique passe-partout, qui plait à tout le monde - N'informe pas sur le produit, mais plutôt sur le style que Percy Motors veut se donner, un style normal, simple, pas dans le luxe ou le « trop jeune ». - Comme je vais devoir revenir sur place, ça m'influence parce que je me dis que je ne vais pas arriver dans un endroit avec de la musique insupportable. - Trouve que c'est bien parce que ça crée une atmosphère plus gaie, plus accueillante Gustatif - Si on doit attendre longtemps sur place et que l'attente est longue, je trouve que ça doit être présent sachant parfois on	- Trouve que tout s'accorde bien, tout répond un peu à un besoin pour le client : le tactile pour toucher la voiture, le visuel pour la voir, le gustatif pour attendre, le parfum pour se détendre et la musique pour être à l'aise - Satisfaite parce que l'expérience de visite dans cette nouvelle ambiance m'a plu, ce sont des petites choses simples qui ajoutent du positif

		doit attendre une heure dans le showroom - M'informe sur le fait que Percy veut bien accueillir ses clients, les installer confortablement pour que l'attente soit moins désagréable - Donne envie parce qu'encore une fois, comme je sais que je vais devoir revenir pour ma voiture, je sais qu'au moins l'attente ne sera pas trop désagréable comme je pourrais m'asseoir avec un magazine et un café en attendant - Je suis contente, c'est sympa, ça change la perception de l'attente. Olfactif - Finalement j'apprécie beaucoup. C'est vraiment léger, frais, j'aime bien. - En fait, les facteurs ajoutés dont tu m'as parlé informent surtout sur Percy et non sur les produits comme les deux autres. Ça informe sur les efforts fournis par Percy et son désir de rendre son	
--	--	---	--

		showroom plus agréable pour sa clientèle je trouve - Parce que je trouve que l'ambiance du showroom est liée à l'expérience d'achat, c'est sur ça qu'on va se baser pour faire notre choix. - Je trouve ça bien tout compte fait, c'est sympa et l'odeur me plaît.	
2) Andréa	- Dépend comment c'est, j'aime les magasins simples et ce qui m'importe, ce sont les produits - Ne suis pas fan de la musique, mais je trouve que c'est sympa quand on fait un tour, on regarde les voitures, on entend la musique, ça sent bon, ça m'a fait plaisir - Plus agréable parce qu'en fait, ça m'a mis à l'aise. Je trouve que d'aller dans un showroom, c'est stressant.	Sonore - Trouve ça mieux c'est plus vivant qu'avant - M'informe sur Percy, sur son style, l'image qu'il veut donner - Me donne pas plus envie que ça parce que je m'intéresse surtout au produit - C'est important je trouve que ça soit présent, on remarque fort l'absence de ce genre de choses je trouve parce que c'est présent partout. Gustatif - Très pratique pour l'attente. Ça m'a surprise, mais en fait pour l'accueil aussi c'est très bien pour mettre à l'aise.	- C'est léger, ça donne un effet de propre, un showroom propre et accueillant donc ça va ensemble finalement parce que c'est agréable ensemble - Satisfaite parce que le moment passé sur place dans le showroom est différent d'avant, la visite est satisfaisante

	- Image d'un showroom agréable, plaisant	- M'informe que Percy veut bien accueillir son client. Ça ne change rien pour les produits. - Montre que le service est important pour eux donc ça donne envie d'acheter là - Rend l'attente et l'accueil plus agréable donc c'est important que ça soit présent pour le client, pour qu'il se sente à l'aise et pris en considération Olfactif - Tellement léger que ça passe inaperçu, ce n'est pas désagréable. On la sent quand on rentre, ça fait plaisir de rentrer dans un endroit qui sent bon - M'informe que c'est un endroit propre, agréable. - Ne m'influence pas parce que c'est juste un petit plus, mais ça ne fait pas beaucoup de différence comparée aux autres choses ajoutées - Bien, mais sans plus	
3) Sabine	- Aime bien ce genre de magasin, ça éveille un	Sonore - Vraiment sympa je trouve, ça change les humeurs	- En adéquation parce qu'ils rendent mon expérience

	peu tous nos sens si on peut dire ça comme ça - Très sympa, beaucoup moins calme qu'avant, mais ça ne me dérange pas - Plus agréable en fait parce que c'est plus vivant quoi - Image d'un showroom bien pensé et agréable	- M'informe sur l'image que Percy se donne, dans le sens où il met un certain genre de musique, donc c'est pour se donner un certain genre aussi - Parce qu'au moins je me dis que mon temps sur place va être bien, que je vais acheter ma voiture dans une bonne atmosphère - Vraiment bien parce qu'on ressentait que c'était manquant Gustatif - Sont des petites choses qui aident à se détendre quand on attend, parfois les rendez-vous peuvent être longs, parfois l'attente est longue - M'informe sur le fait que Percy pense à des choses pour accueillir son client, pour qu'il soit satisfait comme il le souhaite dans son slogan - Parce que je sais que je serais bien servie et reçue - Trouve comme j'ai dit que c'est un vrai plus pour se détendre	plus agréable en étant ensemble - Suis satisfaite parce quand on doit acheter une voiture, c'est toujours stressant
--	---	--	--

		Olfactif - J'aime beaucoup. Dès que je suis rentrée, ça m'a mise de bonne humeur parce que c'est une odeur agréable. - M'informe que Percy fait attention à l'image de son showroom et son aménagement si on peut dire ça comme ça - Parce que j'achète ma voiture dans un endroit dans lequel je me sens bien - Trouve que c'est vraiment bien, c'est agréable quand on entre	
4) Danièle	- J'aime bien, mais dans les limites du raisonnable. Donc vraiment un truc simple, pas de trop - Bien plus sympathique, plus chaleureuse - Plus agréable justement parce que l'ambiance est plus sympathique et chaleureuse donc ça donne envie de prolonger la visite - Image d'un showroom sérieux et chaleureux	Sonore - Rend l'endroit beaucoup plus vivant je trouve, parfois on dit qu'un endroit calme c'est bien, mais ça met mal à l'aise et on ressent le calme plus fort que la musique je trouve - M'informe sur l'image que Percy veut renvoyer vu le style de musique choisi - Parce que je me dis que l'endroit est sympa, bien	- En adéquation parce que ce sont des facteurs qui améliorent la visite. Chacun a une caractéristique qui améliore la visite. - Satisfaite parce que c'est bien plus agréable et ça va bien avec ce qui était déjà mis en place

	pour des clients attentifs et qui ont besoin d'être rassurés et bien reçu	présenté, des choses sont mises en place, on s'y sent à l'aise - Important, les gens aiment bien la musique en général Gustatif - Trouve que c'est le truc en plus qu'il fallait ajouter pour l'attente sur place et l'accueil - M'informe que Percy fait un effort pour bien me recevoir - Parce que je me dis quand je devrais revenir pour l'entretien, l'attente ne sera pas trop désagréable - Vraiment important quand on vend ce type de service de faire le minimum pour bien recevoir ses clients quand on sait qu'ils viennent pour dépenser de grosses sommes Olfactif - Hyper agréable. On le sent quand on rentre, c'est une bonne odeur, c'est vraiment sympa. - M'informe que Percy prend soin de son showroom, qu'il a envie	
--	--	---	--

		qu'il soit accueillant, je pense. - Oui parce que de nouveau, comme je devrais revenir, je sais que je me sentirai bien dans le showroom s'il sent bon, c'est plaisant - Agréable, ça fait plaisir comme odeur, ça donne envie de rester plus longtemps	
5) Christine	- J'aime bien ce genre d'endroit un peu différent où on entre dedans on se sent tout de suite une bonne atmosphère comme ça - Ce qu'on remarque direct en entrant, c'est la musique et le parfum. Et là, on sent une bonne atmosphère, c'est une bonne ambiance je trouve - Plus agréable forcément, un peu de musique et une bonne odeur c'est agréable. - Un showroom agréable, professionnel, pensé pour le client	Sonore - J'aime bien, la musique est sympa, pas trop forte non plus comme dans certains endroits - M'informe sur le style de la marque je dirai, la musique doit correspondre non ? - Oui ça donne envie parce qu'on achète sa voiture dans un endroit sympa - Fait moins sérieux et moins vide comme j'avais dit, je pense, c'est bien qu'ils aient ajouté ça Gustatif - Ça, je l'ai vu bien après et c'est un bon investissement, même pour le personnel	- Comme les paramètres sont bien réglés, c'est agréable. Le premier besoin, c'est de voir et d'essayer les voitures et ça, c'est rempli. Ensuite, on choisit aussi en fonction de si on se sent bien ou pas, et c'est là que les autres facteurs interviennent. C'est en adéquation selon moi parce que chaque facteur rend l'ambiance agréable, il n'y en a pas un qui gâche tout si on peut dire ça comme ça - Satisfaite parce que j'ai eu une visite agréable et j'aime bien cette nouvelle ambiance.

		- M'informe sur le fait que Percy veut que ses clients attendent confortablement - Parce que je me dis que si je dois un jour attendre sur place, au moins je serai bien installée, je pourrais lire un livre avec un café - Trouve ça bien et même important que ça soit présent parce que le client qui attend sur place doit être bien installé pour le mettre de bonne humeur Olfactif - Au moins, on est direct comme immergé dans un espace complètement à part qui sent bon, c'est efficace - M'informe toujours que Percy fait attention au bien-être de ses clients, pour un espace agréable. - De nouveau, si je dois attendre sur place au moins, ça sentira bon. Je me sentirai bien. - J'en suis contente, j'aime bien. Ce n'est pas présent partout donc ça change d'autres concessions.	
--	--	--	--

6) Philippe	- Ça dépend vraiment de l'agencement. Les endroits trop bruyants, trop de lumières, trop de couleurs, trop de parfum style Abercrombie, je n'aime pas. - Le showroom est beaucoup plus vivant je trouve et ça se ressent dès qu'on entre - Plus agréable parce qu'on s'y sent bien quoi - Une image d'un beau showroom avec une bonne ambiance. Ça a vraiment amélioré son image.	Sonore - J'aime bien, c'est de la musique basique - Que Percy aime bien ce genre de musiques ? Je ne sais pas trop. - Ce n'est pas ça qui va me donner envie, mais au moins je me sentirai bien dans le showroom quand je viendrai, je pourrais profiter de la bonne musique - Trouve qu'un petit fond sonore, ça doit être présent Gustatif - Pour l'accueil et l'attente, c'est un vrai plus. Être accueilli comme ça, on se sent directement valorisé je trouve. - Ici ça m'informe que Percy veut mettre à l'aise ses clients je trouve, veut faire passer l'attente plus agréablement si on peut dire ça comme ça - Acheter une voiture, ça englobe plein de choses donc il faut aussi penser au fait qu'on va revenir pour l'entretien ou autre donc je me dis qu'au moins si	- Finalement, je trouve que ça va bien ensemble parce que ça crée une bonne atmosphère pour la visite. On peut regarder les voitures dans une ambiance décontractée - Satisfait parce que ça contribue à se sentir mieux reçu, mieux accueilli.
-------------	--	--	--

		j'achète ici, mon retour ne sera pas trop embêtant parce que je serai bien reçu - C'est vraiment bien que ça soit présent, surtout pour l'attente Olfactif - L'intensité n'est pas du tout celle que je pensais. Le parfum n'est pas trop prononcé, on le sent quand on entre et après ça reste dans l'air, mais légèrement. J'aime bien - Ça m'informe que monsieur Percy veut peut-être dissimuler les odeurs de la mécanique ou celle du parking et que c'est un bel effort pour que les gens se sentent bien - Parce que c'est aussi une chose en plus qui montre que le garage veut qu'on soit bien reçu - Ce n'est pas indispensable je trouve. Un showroom peut proposer les deux autres facteurs uniquement et c'est déjà très bien	
--	--	--	--

7) Jean-Noël	- N'aime pas les endroits qui en font de trop, où la musique va trop fort ou que c'est trop extravagant. J'aime bien quand c'est bien accordé. - Le trouvais déjà bien visuellement, mais avec la musique ça rend l'endroit plus gai - Plus agréable comme l'ambiance est meilleure je trouve - Image d'un showroom agréable, sympa, bien aménagé, sérieux	Sonore - J'aime vraiment bien parce que c'était vraiment calme, on entendait que les gens parlés c'était désagréable je trouve - Informe sur le genre que Percy se donne, un genre standard - Parce que j'achète ma voiture dans un endroit agréable - Important parce que ça met de bonne humeur les gens je trouve, c'est quelque chose qui détend Gustatif - Ça complète le service « offert » je trouve, surtout pour l'attente le client a une expérience moins désagréable - Informe que Percy veut servir un bon café à ses clients pour qu'ils se sentent bien accueillis - Parce que je sais que je serai bien reçu la prochaine fois que je viens - Pour ce genre d'enseigne de services, je trouve que ça doit être présent parce qu'il faut attendre sur	- Même si je ne suis pas trop pour le parfum, je trouve que ça va quand même ensemble parce qu'ils rendent ensemble l'expérience de visite vraiment agréable et je pense que ça joue sur l'humeur des clients - Oui parce qu'effectivement, je trouve que l'ambiance est agréable et relaxante
---------------------	---	--	---

		place ou prendre des rendez-vous (pour l'achat) qui peuvent durer longtemps Olfactif - J'aime bien, mais sans plus. Je ne vois vraiment pas ce que ça apporte en plus au service. - M'informe sur le fait que Percy veuille avoir une bonne ambiance et soigner son showroom ou masquer des odeurs de voitures - Ça ne me donne pas envie plus que ça d'acheter là parce que le parfum est diffusé, ça ne m'apporte rien, c'est mon avis en soi - Ce n'est pas indispensable, l'ambiance est déjà bien comme ça avec la musique qu'on entend	
8) Thomas	- J'aime bien ce genre de lieux parce que l'atmosphère est travaillée pour qu'on se sente bien dans l'univers de produits comme chez nature et découvertes - Je trouvais déjà que c'était une ambiance	Sonore - C'est un peu le genre de musique que notre tranche d'âge aime bien écouté comme ce sont des musiques qu'on connaît donc j'aime bien, c'est un bon choix	- Tout s'accorde je trouve, ça va bien avec ce qui était déjà mis en place - Satisfait parce que j'ai vraiment ressenti ce changement d'accueil agréable comme ça

	agréable en comparaison avec d'autres concessions. Mais maintenant c'est sûr qu'on ressent le changement dès qu'on entre avec la musique et le parfum, c'est un bon accueil je trouve - Plus agréable parce que déjà dès qu'on entre, on ressent cette bonne ambiance et ensuite c'est comme ça dans tout le showroom. - Un showroom agréable, accueillant	- Ça m'informe sur le genre d'ambiance que Percy veut donner et la cible qu'il veut atteindre parce que sinon il aurait mis un autre genre de musique - Parce que mon expérience d'achat est agréable, car la musique rend l'endroit plus sympa - C'est un aspect qui doit être présent dans les commerces je trouve sinon je trouve que ça crée un malaise entre le client et les commerciaux Gustatif - C'est un aspect qui peut mettre à l'aise les gens, qui aident à détendre surtout quand on parle de l'achat d'une voiture. - M'informe que Percy veut me mettre à l'aise. - Parce que ça fait bonne impression et que je me sens bien reçu - Ça améliore l'accueil donc c'est un plus pour Percy je trouve que ça soit présent Olfactif - C'est super léger, c'est une petite odeur de citron,	
--	--	--	--

		je pense, mais c'est un parfum agréable - Ça informe que Percy veut rendre son showroom plus agréable pour les gens qui s'y trouvent - Parce que des efforts sont faits dans le showroom pour qu'on s'y sente bien je me dis que le reste doit suivre aussi - C'est léger, c'est agréable dans l'espace	
9) Alexandre	- Ça dépend comment c'est aménagé, ça peut être très agréable si c'est bien aménagé parce que tous nos sens vont être actionnés, mais il ne faut pas que ça soit excessif - Mieux, enfin bonne s'il faut la décrire parce qu'elle a été améliorée, c'est moins calme, plus appréciable - Visite plus agréable parce que ça met de bonne humeur je trouve, la musique, le parfum, un café. - L'image d'un showroom agréable, accueillant, chaleureux	Sonore - J'aime bien c'est vraiment plus sympa avec de la musique que sans - Ça informe que Percy aime bien cette musique-là, quel genre d'image il veut donner avec cette musique-là - Parce que ça a rendu ma visite plus agréable donc pourquoi ne pas acheter-là - C'est important que ça soit présent parce que le calme c'est pesant et la musique, ça met de bonne humeur Gustatif - Je trouve que ça aide à accepter l'attente plus facilement	- Oui c'est en adéquation, ce ne sont pas des facteurs qui n'ont rien avoir entre eux dans le secteur des services - Satisfait parce que je me suis senti bien dans cette nouvelle ambiance

		- Ça m'informe que Percy veut que son client soit bien servi ou bien accueilli - Parce que ça montre que le personnel fait attention à bien recevoir les clients et ça, les clients n'oublient pas - C'est vraiment idéal pour l'attente je trouve Olfactif - J'ai vraiment bien aimé sentir cette odeur en rentrant, ça donne le sourire - Ça m'informe aussi que Percy veut qu'on se sente bien dans son showroom. - Parce que de nouveau, ça montre qu'ils veulent que le client soit bien reçu et se sente bien dans leur showroom - Ce n'est pas indispensable au premier abord, mais ça rend quand même l'endroit plus agréable je trouve, une touche de fraîcheur	
10) François	- Ça dépend parce que certains sont surchargés et d'autres sont juste bien	Sonore - J'aime bien ce genre de musiques, ça apporte vraiment de la vie, c'est	- Oui ça va ensemble parce que ça crée une bonne ambiance, une bonne

	- J'aime bien parce que dès qu'on entre, on ressent cette nouvelle ambiance, il y a plus de vie - Plus agréable parce que l'ambiance est beaucoup plus vivante - L'image est renforcée, c'est sûr parce ça fait plus moderne, plus agréable	plus agréable quand on se promène dans le showroom - Ça m'informe que Percy aime ce genre de musiques - Parce que l'endroit est sympa, agréable, vivant, c'est plus chouette d'acheter ici que dans un endroit froid par exemple - C'est clairement mieux maintenant que c'est présent Gustatif - Je trouve ça bien parce que ça permet de mettre les gens à l'aise, de les déstresser un peu. - Ça m'informe que Percy veut me mettre à l'aise, fait attention à son service client. - Parce que je me dis qu'ils mettent en place des choses pour que le client soit bien reçu donc c'est important pour moi quand j'achète - C'est un vrai plus que cet aspect soit présent pour les clients	atmosphère, l'expérience est bien plus sympa - Satisfait parce que j'ai apprécié ma visite, je me suis senti bien reçu aussi et bien accueilli dans cette nouvelle ambiance
--	---	--	--

		Olfactif - J'aime bien, mais je ne vois toujours pas l'utilité parce que c'est agréable oui, mais pas dans ce genre de magasins. - Ça m'informe que Percy fait attention à l'image de son showroom - Parce que le concessionnaire fait attention au bien-être de ses clients dans son showroom - Je ne vois pas trop l'intérêt de cet aspect	
--	--	--	--

B. Les vendeurs

Thèmes Répondants	Un lieu de travail polysensoriel	Les trois facteurs ajoutés	La congruence entre les cinq facteurs réunis
1) Olivier	- Je trouve que ça dépend. C'est plus agréable si c'est bien réglé, moins agréable si ça nous embête quand on travaille, avec par exemple une musique trop forte ou une odeur qui dérange certaines personnes. - Je la trouve vraiment bonne. Ces trois	Sonore - Aucune difficulté parce que nous faisons exprès de ne pas la diffuser trop fort pour nous permettre de réfléchir et de discuter correctement avec les clients - C'est un aspect plaisant parce que ça	- Je trouve qu'ils sont en adéquation dans le sens où ça complète le service que nous proposons. Le showroom doit être un endroit agréable pour les clients et pour nous. Je trouve que tout va bien ensemble. - Ça offre une meilleure ambiance pour travailler, mais comme j'ai dit ça dépend comment c'est réglé. Ici nous avons tout réglé ensemble pour que ça soit simple,

	facteurs ajoutent un vrai plus, on peut proposer du café aux clients, la musique détend, on s'y sent bien - Ce n'est pas une difficulté, mais on doit apprendre à travailler avec et s'adapter	fait clairement moins vide, l'endroit est plus vivant et pour travailler, ça ne me dérange pas Gustatif - Je n'ai pas de difficulté, mais je dois juste m'habituer à y penser pour le proposer aux clients comme j'ai dit. Pour nous aussi, un petit café le matin ou l'après ça fait plaisir. Pour le client, c'est beaucoup plus professionnel. - C'est un aspect plaisant pour notre quotidien, on se sert un café, un verre d'eau, on discute, c'est chouette comme ça Olfactif - Je pensais que ça allait vraiment me déranger, mais c'est vraiment léger et ça sent bon. Je n'étais pas trop convaincu. On utilise le même	mais efficace pour l'ambiance et pour que ça nous permette de travailler correctement aussi.
--	---	--	---

		système chez Audi, mais je n'y avais même pas pensé parce que pour moi, ça faisait vraiment environnement de luxe. Ici, je trouve que ça donne bien, j'ai eu de bons retours - Plaisant car déjà ce n'est pas diffusé dans mon bureau donc ça ne m'embête pas et ça sent bon dans le showroom, c'est vraiment sympa.	
2) Dimitri	- Je trouve ça agréable parce que ça fait interagir tous nos sens, il y a de la lumière, des couleurs, les voitures sont présentes, du café, de la musique, du parfum - Très bonne aussi, plus chaleureuse, plus sympa quand on passe la porte - Je n'ai pas de difficultés, ça ne facilite pas plus mon travail comme c'est surtout avec le visuel	Sonore - Aucune difficulté, c'est beaucoup moins calme qu'avant et ce n'est pas pour autant que ça me dérange pas on s'entend toujours parler, mais parfois quand il n'y a personne, ça fait plaisir un peu de musique - Plaisant dans le sens qu'inconsciemment, les journées semblent moins longues je trouve	- Je trouve qu'ils se complètent bien. L'atmosphère du showroom est agréable pour le client et pour nous et ça ne nous empêche pas de travailler comme avant. Le service est amélioré et les clients sont contents. - Parce que pour notre quotidien, ça change quand même beaucoup au niveau de l'ambiance, mais ça change en bien

	et tactile qu'on travaille, mais c'est agréable, j'aime beaucoup	Gustatif - Facilités parce que quand j'offre un café ou un verre d'eau à un client, j'ai observé qu'il est tout de suite plus détendu et souriant - Plaisant parce qu'on peut se servir aussi pendant la journée Olfactif - Je n'ai pas de difficulté parce que c'est vraiment léger, on sent le parfum de temps en temps et c'est agréable. - Plaisant parce que quand on sent le parfum, ça sent bon, ça fait plaisir une bonne odeur dans l'air.	
3) Célia	- Agréable parce que plein de choses sont mises à notre disposition pour qu'on se sente bien. Ici, le but est d'améliorer l'ambiance pour les clients, mais pour nous aussi ça joue et c'est	Sonore - Facilité, c'est plus motivant - Il est plaisant parce que la musique change l'ambiance d'avant où c'était super calme. Quand il y a un petit moment	- Ils sont en adéquation pour satisfaire le client. Ils vont bien ensemble pour améliorer l'ambiance du showroom et ça ne fait pas trop luxueux. Ce sont des petites choses simples qui sont nous plaisent aussi - Parce que comme j'ai dit ce sont des choses qui nous plaisent aussi

	positif. Je trouve ça agréable parce que ça me met de bonne humeur, ça me détend, ça me déstresse - Bonne, agréable, relaxante. Parfois, on a des dossiers stressants à traiter, et l'ambiance peut affecter notre humeur - Aucune difficulté, justement je ressens plus de plaisir à travailler. Même si ce sont des facteurs qui touchent les clients, comme j'ai dit ça nous fait plaisir à nous aussi.	de creux, on entend la musique, on se détend un peu. Gustatif - Facilité parce que ça ajoute un côté professionnel quand on offre un café aux clients, on sent qu'on fait un effort pour mieux l'accueillir. - C'est aussi plaisant pour nous parce que quand on a un coup de mou, on peut se servir à boire, ça fait une petite pause, c'est aussi un facteur qui détend Olfactif - Pas de difficultés, l'odeur est discrète, elle est vraiment agréable - Plaisant parce que c'est agréable dans l'air, je trouve que ça donne un côté plus « propre » à la concession.	même si elles sont destinées aux clients. Pour nous, travailler dans une bonne ambiance c'est aussi important surtout quand on est là du matin au soir.
4) Julien	- Agréable parce que c'est stimulant pour	Sonore - Je trouve que c'est l'aspect qui surprend	- Ça va bien ensemble dans le sens où ça a amélioré le showroom positivement. Ça ne gêne pas les

	travailler, je trouve que c'est motivant - Bonne, chaleureuse, accueillante. Chaque facteur amène un plus à l'ambiance. En 2020, la concession sera complètement réaménagée pour respecter d'autres nouvelles normes imposées par D'Ieteren. Si nous transposons cette nouvelle ambiance dans le futur showroom, ça sera encore plus distinctif par rapport aux autres concessions. - Ça nous amène que des facilités parce qu'on s'y sent bien pour travailler	le plus dans le showroom comparé au silence. Ça change vraiment énormément l'ambiance et ça ne nous empêche pas de travailler sérieusement - Plaisant parce que ça masque les bruits parasites, ça met de bonne humeur pour travailler. Gustatif - facilités parce qu'avant l'installation, beaucoup de clients en demandaient - Plaisant parce qu'on peut se servir un petit café ou un verre d'eau et ça permet d'accueillir plus professionnellement le client donc pour nous aussi, ça aide pour démarrer un rendez-vous Olfactif - Je pensais que ça allait vraiment me gêner parce que je	deux autres facteurs déjà présents et les cinq vont bien ensemble pour améliorer plusieurs aspects du showroom. - Ça offre une ambiance plus agréable parce que pour nous aussi, c'est important de se sentir bien dans l'environnement où on travaille. Je trouve que ces nouveaux aménagements nous rendent aussi notre lieu de travail plus agréable parce que ça contribue à ce qu'on s'y sente bien aussi.
--	---	---	--

		suis quelque'un d'assez sensible aux odeurs, mais ça ne m'incommode pas - Plaisant aussi parce que l'odeur du manège est horrible dehors, donc le fait de rentrer dans un environnement qui sent bon comme maintenant ça fait plaisir et au moins ce n'est pas diffusé dans notre bureau donc on n'est pas dans l'odeur toute la journée non plus	
5) Luis	- Ça peut être désagréable parce que certaines choses ne plaisent pas à tout le monde. Tout dépend comment c'est géré. - Bonne, on y est bien pour travailler toute la journée - Aucune difficulté, personnellement ça ne me met de bonne humeur surtout la musique	Sonore - Facilités parce que comme j'ai dit ça me met de bonne humeur, c'est plus sympa d'avoir un peu de musique que rien du tout. - Plaisant parce qu'on a l'impression que le temps passe bien plus vite, c'est moins pesant comme avant Gustatif	- Je pense que pour le client, ils sont en adéquation parce que ça a contribué à ce qu'il se sente bien dans le showroom. Ils vont bien ensemble vers un tout assez agréable et nous c'est ce qu'on souhaite, un client content qui se sent bien, car il sera plus apte à nous écouter et nous faire confiance. - Agréable parce que évidemment, ça doit nous plaire aussi même si le but était de le changer pour les clients. Ce sont des choses qui améliorent notre quotidien, on est

		- Facilités aussi parce qu'on ressent que ça améliore vraiment l'accueil - C'est évidemment plaisant pour nous aussi, on ne va pas en exagérer, mais on peut se boire un petit café entre collègues ou un verre d'eau pour se détendre. C'est vraiment un plus pour nous aussi. Olfactif - Ça, je suis un peu moins fan. Je sais qu'elle n'est pas trop concentrée ou forte, mais c'est mon avis. Les clients en disent du bien, surtout avec l'odeur du parking. Mais je n'ai pas de difficulté à proprement parlé avec cet aspect, il ne me dérange pas, mais je ne suis pas fan de l'odeur - Ni plaisait ni déplaisant parce que je n'aime pas trop	sur place les cinq jours de la semaine donc c'est déjà plus motivant de se dire qu'on va travailler dans une ambiance agréable parce que certaines choses ont été mises en place
--	--	---	---

Annexe n° 11 : Photos du showroom en présence de la stratégie



Bouches d'aération à l'entrée qui diffusent la fragrance.

Comme le plafond est assez haut, il était difficile de prendre une photo d'un client en situation lorsqu'il sent le parfum qui est diffusé par cette voie d'aération ou qui écoute la musique diffusée par les haut-parleurs.



Haut-parleur qui diffuse la radio Nostalgie.



Petit meuble où sont disposées la fontaine à eau et la cafetière achetées par nos soins. Un client se sert un café. Lorsque la fontaine à eau Culligan et la machine à café Globe seront livrées, elles prendront la place de ce petit meuble.

