

Bonjour.

Merci de venir voir cette présentation au sujet des constatations générales de Découvrez le nautisme, tirées de notre étude d'acheteurs de bateau.

Nous sommes emballés de vous en faire part.

Cette étude a été rendue possible par les intervenants de Grow Boating, et j'aimerais vous présenter ceux qui ont encadré ce projet et qui y ont travaillé pour la grande partie de l'année dernière.

Le premier est Carl Blackwell, premier vice-président et chef du marketing de NMMA et président de Grow Boating. Ensuite, Jurene Fremstad, première vice-présidente de la stratégie et des connaissances commerciales chez Olson, le partenaire de Découvrez le nautisme dans le cadre de ce projet. Et enfin, la dernière et non la moindre, celle qui vous parle en ce moment, je suis Meredith Engelen, première stratège des marques chez Olson. Je vais vous accompagner en faisant le tour de nos constatations aujourd'hui.

Avant de plonger, mentionnons quelques points pratiques.

Le premier est que nous couvrirons beaucoup de matière aujourd'hui. Pour vous aider à ne rien oublier, nous avons créé un document PDF pratique qui résume nos principales constatations et recommandations. Vous le trouverez au lien fourni. Le deuxième est que bien que vous soyez libre de diffuser l'information, les faits et les recommandations dans cette présentation, nous vous demandons de ne pas diffuser en public les vidéos, photos et citations des participants. Après tout, les gens qui sont en vedette ici sont des participants à une étude, et non pas des porte-paroles.

Alors, allons-y!

Les acheteurs d'un premier bateau sont un élément essentiel à la croissance de l'industrie du nautisme. Mais voici le problème : en regardant les données de vente passées, nous avons vu que nous avons perdu près d'un million d'acheteurs d'un premier bateau au cours des dix dernières années. Cela se traduit en un million de personnes qui n'ont finalement pas acheté leur premier bateau. En regardant un peu plus loin, nous avons constaté une baisse de 30 % d'acheteurs d'un premier bateau qui ont acheté un bateau d'occasion entre 2005 et 2015. Pire encore, nous avons vu une baisse de 54 % du nombre d'acheteurs d'un premier bateau qui ont acheté un bateau neuf pendant la même période.

Lorsque l'on regarde la valeur qu'apporte un seul plaisancier à l'industrie au cours de sa vie, lorsqu'on pense au fait que l'on a perdu un million d'acheteurs d'un premier bateau au cours des 10 dernières années, cela signifie une perte de 138 milliards de dollars en valeur à vie pour notre industrie. 138 milliards de dollars laissés derrière. Donc, en 2015, nous avons décidé de comprendre les acheteurs d'un premier bateau et de voir comment Découvrez le nautisme et le reste de l'industrie du nautisme pourraient attirer encore plus de ces gens vers le nautisme. Alors, au cours de la dernière année, nous avons vraiment appris à connaître ces acheteurs d'un premier bateau, et quand je dis « vraiment », je veux dire « vraiment ».

Voici donc ce que l'on s'est affairés à faire.

Nous avons commencé par analyser les données que nous avons déjà, en faisant une analyse de la base de données MRI, la plus grande base de données affiliée au pays. Nous avons aussi consulté les données d'Infolink, et des résultats du sondage CSI de l'industrie maritime. Cette étape était importante, car elle nous a montré ce que nous savions déjà, mais aussi ce que nous ne savions pas – beaucoup de choses. Notre première grande étape a été de faire un sondage de 2 000 personnes intéressées à acheter leur premier bateau. Il s'agissait de gens qui n'avaient jamais personnellement acheté ou possédé un bateau avant, mais qui souhaitaient en acheter un. Cet énorme ensemble de données nous a permis de faire beaucoup d'analyses poussées de ces acheteurs d'un premier bateau. En fait, le sondage nous a permis de cerner six différents types d'acheteurs d'un premier bateau, et nous allons tous vous les présenter dans une minute.

Ensuite, nous avons numériquement traqué, avec leur permission, bien sûr, 75 de ces personnes, pendant deux semaines. En employant leur téléphone, nous avons pu comprendre ce qu'elles font dans la vie de tous les jours, ce qu'elles font pendant leurs temps libres, comment elles magasinent pour trouver un bateau si elles sont rendues à cette étape du processus, les ressources qu'elles utilisent, les questions qu'elles posent, tout cela en temps réel. Ensuite, nous sommes partis en route. Nous avons visité quatre marchés. Les grandes régions métropolitaines de Tampa, en Floride, de Philadelphie, en Pennsylvanie, des villes jumelles au Minnesota, et des communautés côtières au New Jersey.

Il était important pour nous de comprendre les cultures nautiques près des eaux douces et salées, et dans les secteurs du nord, du sud, urbains et ruraux. En visitant ces marchés, nous avons fait des entrevues approfondies en personne avec 20 personnes, dans leur propre demeure.

L'idée était de vraiment donner vie aux données, d'obtenir une compréhension nuancée et texturée de ces personnes, de ce qui importe pour elles, et, bien sûr, de la façon dont elles perçoivent la propriété d'un bateau. Mais croyez-le ou non, nous ne nous sommes pas arrêtés là.

Nous avons interrogé 550 personnes qui avaient récemment acheté leur premier bateau. Nous voulions nous assurer de bien comprendre la perspective de quelqu'un qui avait traversé tout le processus. Et enfin, et simplement pour couvrir toutes les bases, nous avons interrogé 250 acheteurs perdus d'un premier bateau. Les gens qui ont commencé à magasiner pour leur premier bateau, qui se sont rapprochés de l'achat, mais qui se sont arrêtés avant d'acheter. Ce sont ces gens que nous voulions vraiment comprendre. Pourquoi ne sont-ils pas devenus acheteurs d'un premier bateau? Qu'est-ce qui les a arrêtés? Et plus important encore, comment pourrions-nous les aider? Ce que je veux vous montrer aujourd'hui, ce sont les deux principales sections de nos constatations. La première est de découvrir qui sont ces gens. Nous allons parler des segments, des différents types d'acheteurs d'un premier bateau. Ensuite, nous vous montrerons comment ils achètent, comment se dessine le parcours de ces acheteurs d'un premier bateau.

Nous avons Joe. Il vit au New Jersey, il a 38 ans, est marié, trois enfants, et est camionneur. Et nous avons Josiah. Il habite au Minnesota, il a 29 ans, marié, deux bébés, et 53 000 \$ en prêts-étudiants à rembourser. Enfin, Jen. Elle vit à Tampa, elle a 45 ans, s'est récemment fiancée, n'a pas d'enfants, et est adjointe à la direction. Alors donc, qui parmi eux s'apprête à acheter son premier bateau d'ici un an? En fin de compte, chacun d'entre eux. Nous avons découvert pendant l'étude que les données démographiques, comme l'âge de quelqu'un, son salaire ou même sa génération, ne sont pas un moyen précis de prédire s'il ou elle deviendra acheteur d'un premier bateau. Nous avons plutôt dû nous pencher sur leur état d'esprit, qui ils sont, ce qui importe pour eux, comment ils perçoivent les relations

avec leurs amis et leur famille, et, bien sûr, avec le nautisme. Comme je l'ai dit plus tôt, dans cet univers d'acheteurs d'un premier bateau, nous avons découvert six segments distincts de gens.

Leurs distinctions sont marquées par des choses comme leur orientation sociale. Voient-ils le nautisme comme une activité d'évasion ou de solitude, ou est-ce quelque chose à faire entre amis ou en famille? Ont-ils grandi en faisant du nautisme ou l'ont-ils découvert relativement récemment? Et, bien sûr, qu'est-ce qui les motive à faire du bateau? Créer de nouvelles traditions familiales? Montrer leur bateau à leurs amis? Renouer avec la nature?

Nous avons aussi regardé leur approche à la planification d'expériences. Sont-ils des planificateurs actifs ou se contentent-ils de se laisser aller au fil du courant? Nous avons pour vous des conseils sur la façon de repérer ces segments dans leur état sauvage. Ainsi, quand ils entrent chez vous, vous pourrez savoir le segment qui vous fait face. Nous allons aussi vous montrer des choses que VOUS pouvez faire pour les aider.

Bon, assez de bla-bla, rencontrons ces segments.

J'ai mentionné qu'il y en a six, et voici un bref aperçu de chacun.

Les mécanos. Ils comptent pour 17 % de l'univers des acheteurs d'un premier bateau.

Les joyeux conjoints, qui comptent pour 16 %.

Les accros du luxe, qui comptent pour 18 %.

Les marins du week-end, le plus grand segment des six, à 23 %.

Les chercheurs de solitude, qui, à 12 %, constituent le plus petit segment.

Et enfin, nous avons les natifs du nautisme, qui comptent pour 14 % de l'univers des acheteurs d'un premier bateau.

Alors, commençons avec les mécanos.

Voici les mécanos. Des hommes motivés par des passe-temps où intervient de l'équipement spécialisé.

« J'ai eu des hors-route, des quatre-roues, des motos. »

« J'ai fait de l'escalade de rochers, en fait, j'ai tout mon propre équipement d'escalade. »

« Ah, oui! Avoir une Harley, j'adore ça. »

« J'aime cuisiner, j'ai donc 33 grilles dans le fumoir. »

Les mécanos sont intrigués par la technologie et les spécifications.

« J'ai l'esprit très technique, j'aime savoir comment les choses fonctionnent. »

« Je répare tout. Si je ne sais pas comment, je l'apprends d'une façon ou d'une autre. »

Ils ont faim de détails. Donc, une fois prêts à acheter un bateau, ils veulent discuter avec des experts.

« Je n’ai jamais rencontré un professionnel avec qui je n’aime pas jaser. Si tu es prêt à me dire comment tu fais ce que tu fais, je suis prêt à l’apprendre! »

« Ensuite, j’aimerais parler à toute personne que je connais qui a pu avoir un bateau, et savoir ce qu’elle pense. »

Pour les mécanos, ce n’est pas une question d’aller sur l’eau. Tout est question du bateau même.

« Alors pour moi, oui, j’aime ça être... Sortir, vivre l’expérience, mais en fait, c’est juste une question d’avoir le jouet le plus cool. »

Vous venez de rencontrer les mécanos, et voici leur guide pratique, la façon de les reconnaître.

Comme vous l’avez entendu dans le clip, c’est l’équipement, la machine, son fonctionnement et sa performance qui les font vibrer, mais ils veulent aussi parler à des gens qui ont déjà possédé un bateau qu’ils veulent acheter. Ils respectent énormément l’avis des experts et aiment réellement la discussion. Enfin, ils marchandent durement. Ce n’est pas leur premier tour de piste. Ils ont de l’expérience pour l’achat d’articles de loisirs à prix élevé : soyez prêts à affronter quelqu’un qui sait négocier. Ensuite, voici comment les aider. Donnez-leur une expérience pratique avec le bateau. Au contraire de ce qui est le cas pour certains des autres segments dont nous allons parler, l’expérience pratique peut parfois se faire simplement avec le bateau dans la salle de montre, pas nécessairement sur l’eau. Aussi, offrez-leur cette perspective indépendante qu’ils désirent tant. Pouvez-vous leur présenter des forums de propriétaires, ou un programme d’ambassadeurs afin de les relier concrètement avec d’autres gens qui ont de l’expertise? Enfin, alimentez leur passion. Donnez-leur un aperçu en coulisses, une visite guidée de l’usine de fabrication ou inscrivez-les à des ateliers sur les moteurs et l’entretien.

Passons maintenant des mécanos aux joyeux conjoints.

Voici les joyeux conjoints. La famille est au centre de tout ce qu’ils font, surtout leurs activités.

« Mon mari et moi, nous venons de nous acheter une tente-roulotte, alors nous allons faire du camping avec les garçons. »

« Nous allons à la plage souvent... On fait l’école buissonnière et on va à la plage. »

« Le camping. On adore le camping. La pêche, la pêche au crabe, tout ça. »

Quand on parle de nautisme, les joyeux conjoints planifient rarement les événements, mais aiment toujours y participer.

« Mon cousin a un bateau. Il vit à Palm Harbor, sur le golfe, alors on y va avec lui. »

« Mon mari, c’est lui qui fait habituellement les plans, et nous, on y va. »

Pour eux, la propriété d’un bateau est le meilleur moyen de constituer des liens en famille.

« Je suis super émotive, la famille, les souvenirs, tout ça... C’est à cela que je pense quand je pense à acheter un bateau. Tous les souvenirs qu’on va se faire après l’avoir acheté. »

« J’aime bien faire démarrer cette tradition. »

Bon, vous venez de rencontrer les joyeux conjoints.

Voici quelques conseils pour les reconnaître. Ils ou elles sont emballés par l'achat, mais il y a probablement quelqu'un d'autre qui s'en charge. Alors ils ou elles se présenteront avec un ou une partenaire ou un conjoint ou une conjointe. Ils se soucient du côté pratique de la possession d'un bateau, de l'enregistrement à l'assurance, en passant par l'endroit où entreposer le bateau qu'ils veulent acheter. Et comme ils ont souvent une approche légèrement plus pragmatique à la possession d'un bateau, ils ont une meilleure idée du côté financier et des coûts inclus.

Voici donc comment les aider. Tout d'abord, aidez-les à se créer des souvenirs. Dans le clip, vous les avez entendus dire qu'ils feraient du bateau en famille, que le nautisme deviendrait une tradition pour eux. Pouvez-vous leur donner des choses, comme un appareil-photo abordable, pour les aider à se créer des souvenirs? Aussi, simplifiez pour eux les points pratiques. Pouvez-vous leur donner un aide-mémoire, quelque chose qui les aidera à faire tous les achats requis à un seul endroit? Enfin, comme ils sont relativement nouveaux dans le monde du nautisme, tentez de les rendre plus à l'aise en ce qui a trait aux coûts. Aidez-les à comprendre qu'un bateau peut réellement s'intégrer à leur budget mensuel. Soyez prêts à les aider à réaliser ceci. Alors c'est tout pour les joyeux conjoints, parlons maintenant des accros du luxe.

Dites bonjour aux accros du luxe. Les gens les plus cool.

« Je leur dis, allez-y, fixez la date et je serai là! Et ils me disent : "Oui, c'est juste qu'on veut s'assurer que tu viennes... C'est toi qui donnes de la vie au party". »

« Mes amis me décriraient probablement comme le plus beau, le plus prospère, le plus charmant, le plus intelligent et le plus humble gars qu'ils connaissent. »

Les accros du luxe sont conscients de leur image, et aiment s'entourer des plus belles choses.

« Et je dis à mes enfants : n'achète jamais de lunettes de soleil à bon marché, ni de montres à bon marché. »

« C'est drôle, tu te dis... "J'ai toujours voulu une décapotable". »

« L'idée, c'est comme de nous procurer des BMW pour elle et lui. C'est notre idée. C'est ça, notre bateau. »

Ils sont toujours prêts à essayer un nouveau passe-temps ou une nouvelle activité.

« J'ouvre mon appli Groupon chaque jour. Chaque jour. »

« Ma devise personnelle, c'est "Essaye-le et tu aimeras!" »

Pour les accros du luxe, avoir un bateau, c'est une réalisation qui améliore leur standing social.

« Il y a quelque chose, en bateau, qui nous donne l'impression d'être les rois du monde entier. »

« Pour moi, avoir un bateau, c'est presque comme un rêve, quelque chose que tout le monde ne peut pas se permettre ou quelque chose dont tout le monde ne peut pas prendre soin. Nous avons un resto Bahama Breeze juste à côté du point-jetée, et ouais, tu arrives en bateau... Cette fille-là, je veux que ce soit moi! »

Nos accros du luxe. Je pense qu'il est bon de noter que vous avez vu toute une gamme d'âges et de sexes dans ce segment. Nous avons en fait bâti un algorithme avec les données de segmentation pour nous aider à voir qui tomberait dans quel segment. Nous avons fait cela parce que nous ne pouvons pas cerner ces segments simplement en fonction de l'âge, de la génération ou du sexe. Il y a des « enfants du millénaire », en fait, dans chacun des segments. Il est donc très important de ne pas oublier de penser à la façon de faire le lien avec l'état d'esprit de chaque segment plutôt qu'avec chaque génération.

Mais revenons à nos accros du luxe. Voici comment les repérer. Avant même qu'ils disent un seul mot, vous les reconnaîtrez par la voiture qu'ils conduisent, ou par leurs vêtements. Ils auront probablement une « voiture d'expression » et une belle montre ou un sac à main de luxe pour aller avec tout ça. Ils n'en sauront pas beaucoup au sujet du bateau qu'ils veulent acheter. Ces gens-là, ils veulent réaliser un rêve. Comme Jessica l'a dit, elle veut aller au resto Bahama Breeze, elle veut être « cette fille-là ». C'est drôle : elle parle de sortir du bateau, non pas d'aller sur l'eau. Dans la même veine, on voit que leurs attentes sont parfois un peu exagérées. Ils ont souvent les yeux plus grands que le porte-monnaie.

Mais voici comment les aider. Tout d'abord, célébrez avec eux! Leur rêve se réalise finalement. Avoir un bateau, cela signifie qu'ils ont réussi dans la vie. Reconnaissez avec eux que le moment est spécial. Aussi, éduquez-les, mais sans les englober d'information. Concentrez-vous sur la vue d'ensemble et peut-être sur les caractéristiques et accessoires qu'ils pourront montrer aux autres et qu'ils voudront réellement utiliser. Optez pour la simplicité, mais restez pertinents. Enfin, concentrez-vous sur la façon de rendre ce rêve réalisable. Le côté pratique de la possession d'un bateau pourrait les dissuader. Vous pouvez leur parler de versements, ou de financement, ou de programmes du même genre. Et voilà, c'est tout pour les accros du luxe.

Ensuite, les marins du week-end. Ils comptent pour 23 % de la population des acheteurs d'un premier bateau et sont donc un segment super important pour nous.

Souhaitons la bienvenue aux marins du week-end. Ils se sentent réellement emplis d'énergie lorsqu'ils sont sur l'eau.

« J'aime juste être là, sur l'eau. »

« C'est si relaxant... Le soleil, les vagues... »

« Nous aimons tout ce qui implique l'océan. »

« S'il y a de l'eau, je suis là. »

Bien qu'ils aiment passer de bons moments sur l'eau, ils n'ont pas grandi en bateau.

« Je ne me souviens pas d'avoir fait du bateau quand j'étais jeune, au contraire de certaines personnes que je connais qui en faisaient. »

« Je ne me souviens pas d'avoir fait du bateau en famille quand j'étais jeune. »

Dans leur cercle social, les marins du week-end sont ceux qui planifient les sorties en bateau.

« Ils grandissent, et je tente de trouver d'autres activités pour eux. »

« Oui, nous avons commencé à louer un bateau et nous nous sommes dit : "Ça va devenir notre nouvelle tradition". »

Ils aiment les activités de base du nautisme, comme la pêche, les croisières, les sports nautiques.

« Nous aimons plein de choses. Une grande variété. Nous faisons beaucoup de sports nautiques. Nous avons beaucoup d'amis qui ont des bateaux, etc. »

« Que ce soit pour nous détendre en fin de journée, boire quelques boissons et manger... Pêcher, faire le tour de la marina, parcourir la baie... »

« Vous pouvez pêcher, pêcher au crabe. Faire des tours dans la baie, faire jouer de la musique. »

« Je pense que ça nous donnerait accès à beaucoup d'autres activités... Quand ils seront plus vieux, ils voudront essayer le jet ski, ou le tube. »

Pour eux, avoir un bateau, c'est pouvoir accueillir à bord les amis et la famille.

« Quelque chose qu'on peut faire en famille. »

« J'aime faire du bateau avec mes amis. »

« C'est du temps en famille important pour nous. »

« On emmenait des familles, des couples, des amis, on allait vers d'autres plages et on faisait du bruit. »

Et ce sont vos marins du week-end. Voici comment les reconnaître. Comme vous l'avez entendu dans le clip, ils sont souvent des plaisanciers relativement récents. Ils n'ont pas grandi en bateau. Mais cela ne diminue aucunement leur amour du nautisme. Ils s'intéressent aux activités de nautisme classiques, comme le tube, la pêche, les sports nautiques, plus qu'au bateau même. Ils vivent souvent l'expérience d'un bateau en en louant un. Voici donc comment les aider.

Enthousiasmez-les sur ce qui les attend dans le cadre de leur nouvelle vie nautique. Quelqu'un a dit : « Ceci va être le début d'une tradition ». Vous pouvez peut-être leur raconter vos propres récits de nautisme. Vous pouvez impliquer la famille, ou les aider à trouver un nom pour leur bateau. Marquez vraiment l'occasion pour eux. Aidez-les à faire encore plus de quelque chose qu'ils aiment déjà. Ils aiment le tube ou la pêche, les croisières ou les sports nautiques. Pouvez-vous leur donner des rabais sur les jouets nautiques, ou leur proposer des articles liés à ces activités et qui les aideront à profiter

pleinement de leur bateau? Aussi, montrez-leur les avantages de l'achat par rapport à la location. Ils ne réalisent peut-être pas qu'ils louent si fréquemment que l'achat serait une option légitimement avantageuse pour eux.

Bon, on a terminé avec nos marins du week-end. Passons à nos chercheurs de solitude.

Et encore une fois, mentionnons qu'ils comptent pour environ 12 % de la population des acheteurs d'un premier bateau.

Voici les chercheurs de solitude. Ce sont des amants de la nature qui cherchent à s'évader en détente.

« Je suis un gars qui aime la nature. J'ai grandi en campagne. On a vécu à Minneapolis pendant quatre ans pour l'université et je me disais "Oh, c'est une expérience cool, mais..." » « Sortez-moi d'ici. » « Où est mon grand air? »

« J'aime ça être dans la nature, dans le bois, en paix et en tranquillité. »

Leur vie quotidienne est remplie de stress et d'obligations.

« Je passe la majorité de ma journée à travailler. Mon aller-retour pour le travail est d'environ deux heures. »

« Je ne m'inquiétais pas particulièrement de faire de l'argent ou de me soucier de l'avenir, mais tout cela change évidemment quand on prend soin d'un autre petit être humain. »

Les chercheurs de solitude veulent s'évader en plein air en faisant leurs activités favorites.

« Je pense que c'est juste pour renouer avec la nature... comme en faisant de la chasse. »

« Ceci étant dit, le lac, l'escalade, la randonnée, le yoga... »

Pour eux, le nautisme, c'est renouer avec la nature, sur l'eau. Et s'évader du quotidien.

« L'accès à la nature, c'est ça. »

« La vie est plus simple, je pense, et pas de façon négative, mais juste comme, hé, regarde, on se détend et on a du plaisir. Mais bien sûr, on fait ce que l'on a à faire quand il le faut. »

« Sur l'eau, je me sens libre. Ça m'éloigne de mes problèmes et de mes inquiétudes. »

« Je peux juste embarquer et partir. Je laisse mes problèmes et mes soucis derrière moi. »

« Sur l'eau, en paix, avec ma famille, ouais... L'eau, c'est super. J'aime tellement ça. »

Bon, alors voici comment repérer les chercheurs de solitude.

Ils veulent parler des activités de plein air auxquelles ils s'adonnent. Comme la randonnée, la pêche, la chasse, le camping, et ainsi de suite. Ils n'ont pas de grosses exigences pour le bateau qu'ils veulent acheter. Pour eux, le bateau c'est le moyen d'arriver à quelque chose. C'est une question d'évasion et de lien avec la nature. Donc, ils n'ont pas nécessairement de besoins très poussés. Enfin, ils ne

connaissent probablement pas tout ce que sous-entend la possession d'un bateau. Ils n'ont probablement pas passé beaucoup de temps à y penser.

Mais voici comment aider les chercheurs de solitude.

Alimentez leur désir de s'évader en plein air. Pouvez-vous leur donner un rabais pour des expériences de plein air? Ou avez-vous un partenariat avec une marque de produits de plein air? Ou donnez-leur simplement un guide de nautisme, comme un guide des meilleurs endroits où pêcher, ou des endroits les plus tranquilles sur les plus beaux lacs. Ne les ennuyez pas avec tous les détails, comme ils ne sont pas particulièrement renseignés ou informés. Ils veulent un bateau simplement pour « aller jouer dehors ». Enfin, aidez-les à devenir de BONS propriétaires d'un bateau. Pouvez-vous leur donner un aide-mémoire? Pouvez-vous leur donner des ressources pratiques sur la façon d'entretenir leur bateau, où l'amarrer? Ils ne sont pas très avancés en la matière : vous devez vraiment les aider.

Bon. C'est tout pour les chercheurs de solitude. Notre dernier segment est de lui des natifs du nautisme.

Voici les natifs du nautisme. Le nautisme, c'est dans leur sang.

« J'ai grandi sur des bateaux, de toutes les sortes, des pontons aux bateaux de course. »

« J'ai grandi en bateau. »

« J'ai grandi à côté de l'océan. Sur la plage, à attraper du homard, des crevettes... J'ai appris à nager presque avant d'apprendre à marcher. »

Les natifs du nautisme comprennent l'attrait du nautisme. Sur l'eau, ils trouvent la joie.

« C'est une sensation, une liberté qui vient lorsqu'on est sur l'eau. On perd nos inhibitions. »

« L'eau, l'eau, j'adore l'eau. Je suis à la plage presque chaque week-end. Tu sais, dormir sur l'eau... Tu te réveilles et tu es sur l'eau. C'est comme avoir sa petite maison sur l'eau. »

« Ce n'est pas comme ceci. On va sur l'eau, c'est si beau... Je n'ai peur de rien sur l'eau. »

Avec beaucoup d'expérience, ils se voient comme des experts en nautisme.

« Je suis un super bon capitaine adjoint. La plupart du temps, je suis meilleur que le capitaine. »

« Ma femme et moi... Elle venait faire du bateau avec moi et je lui montrais quoi faire. »

« En ce moment, c'est évident, un plus petit bateau. Quelque chose qui a de la vitesse, comme un Star Tracker ou même un Sea-doo. »

Le désir de posséder un bateau est enraciné dans le désir de poursuivre un héritage familial.

« J'espère que ce sera un peu comme les histoires que mon père me raconte. Mon père a de super bonnes histoires de son enfance avec mon grand-père en bateau. Alors, ces petits souvenirs que j'ai, je veux les recréer. J'espère de réaliser quelque chose comme ça. C'est ça qui est important pour nous, nous voulons créer autant de souvenirs que possible avec les enfants. »

Bon, les natifs du nautisme. Je pense que c'est le groupe qui aimerait avoir des branchies s'il le pouvait!

Voici comment repérer un natif du nautisme. Ils font souvent du bateau. Pour eux, c'est simplement quelque chose qu'ils *doivent* faire. Ils veulent passer autant de temps que possible sur l'eau. Ils vous parlent de leurs expériences de nautisme à l'enfance. C'est un groupe de gens qui a probablement grandi avec le nautisme. Il y a probablement des générations de plaisanciers dans leur famille. Ils connaissent vraiment les subtilités du nautisme, et cela peut être une bonne chose. Vous pourriez ne pas avoir à consacrer beaucoup de temps à leur enseigner ou à leur expliquer quelque chose. Cela peut aussi être quelque chose de moins bon : ils pourraient vouloir mettre vos connaissances à l'épreuve.

Alors, voici comment aider les natifs du nautisme.

Sortez-les. Emmenez-les sur l'eau, c'est là où ils se sentent bien. Conduites d'essai, programmes de partenariats, locations à rabais, faites tout ce que vous pouvez pour alimenter cette flamme. Célébrez ce prochain chapitre de leur tradition nautique. Vous avez peut-être devant vous un plaisancier de deuxième, troisième ou même quatrième génération. Pour eux, devenir propriétaire d'un bateau, c'est un rite de passage incroyable. Enfin, respectez leur expertise, mais réalisez aussi que vous avez une occasion de l'élargir encore plus. Ils pensent tout savoir, mais, qui sait, ce n'est peut-être pas le cas.

C'est tout pour les natifs du nautisme.

Et voilà. Les six types d'acheteurs d'un premier bateau. Nous espérons que l'information que nous vous avons donnée vous aidera non seulement à reconnaître à qui vous parlez, mais, plus important encore, à personnaliser votre approche en conséquence, et à connaître plus de succès avec chaque groupe de gens.

Vous venez de les rencontrer.

Passons à la deuxième partie de la présentation : comment ils font leur achat.

Nous avons découvert que ce processus, le parcours pour acheter un premier bateau, peut être ardu. Parfois, c'est un combat incessant. Et il est facile de perdre vue du sommet, de la vue saisissante qu'il vous réserve. Nous avons découvert que les gens traversent cinq étapes pour devenir propriétaires d'un premier bateau. Et tous ces segments, malgré leurs différences, traversent ces cinq mêmes étapes. Elles ont simplement quelques petites variations.

La première étape est celle du développement.

C'est l'étape où, potentiellement au fil de plusieurs années, voire même de plusieurs décennies, les gens développent leur affinité pour le nautisme. Ils le font par l'entremise de quatre types d'expériences. Soit qu'ils ont fait du bateau lorsqu'ils étaient petits, qu'ils font actuellement du nautisme avec des amis, qu'ils participent à des activités de plein air ou semblables, ou qu'ils prennent des vacances sur l'eau.

La deuxième étape est celle du désir.

Cette expérience est discrète. C'est le moment où s'allume le désir d'avoir un bateau. Une fois que cette flamme est bien allumée, le rêve commence.

C'est à l'étape du rêve qu'ils décident d'imaginer leur vie sur l'eau et leur vie de propriétaire de bateau pour la première fois. La réalité frappe, et vient l'étape de la décision.

C'est alors qu'ils doivent parcourir les réalités de l'achat du bateau et de la possession d'un bateau.

S'ils réussissent l'étape de la décision, ils passent à l'étape du passage à l'action.

C'est ici qu'ils vivent l'expérience de la joie d'être propriétaires.

Ce qui est bon à savoir au sujet de ces cinq étapes est que l'une est différente de toutes les autres. L'étape du développement, comme je l'ai mentionné, prend place, potentiellement, au fil de décennies. Lorsque nous tentons de penser à ce que nous pouvons faire pour aider les gens à traverser cette étape, on voit que cela est très difficile. Toutefois, tout devient intéressant à l'étape du désir. Du désir au passage à l'action, le processus demande un an ou moins, pour la plupart des acheteurs d'un premier bateau. Ceci est une période vraiment idéale pour nous de réagir, car ces gens, qui étaient des participants passifs, sont devenus des magasiniers actifs à la recherche d'un bateau.

Dans cette période, le parcours est parsemé de points hauts et de points bas pour les émotions.

Nous avons demandé à nos récents acheteurs d'un premier bateau de nous parler de leurs trois émotions prédominantes pendant le processus d'achat. Ce que vous voyez ici est un merveilleux mélange de positif, avec quelques soupçons de négatif également. Vous voyez qu'ils sont heureux, excités, que tout va bien, mais vous voyez aussi des émotions moins brillantes : ils se sentent dépassés, nerveux, stressés. Beaucoup de choses se passent pendant qu'ils traversent le processus d'achat.

Je veux vous parler d'une petite description de chaque phase. Mais, plus important encore, je veux vous parler de ce qui ralentit les gens dans le processus. Les obstacles qu'ils affrontent, qui ralentissent le processus ou même qui l'arrêtent complètement.

Ensuite, nous parlerons de ce que nous pouvons faire pour l'accélérer.

Commençons par l'étape du désir. Comme je l'ai dit, c'est un moment, un voyage, une expérience réelle, qui allume à pleines flammes le désir d'acheter un bateau. Cet acheteur d'un premier bateau nous a dit : **« J'étais en voyage de camping avec la famille et nous avons loué un petit bateau en aluminium pour pêcher pendant la journée. C'est pendant ce voyage que j'ai réalisé que j'avais besoin d'un bateau. »**

Et Dawn nous dit : **« J'étais sur le bateau d'un ami, tôt un dimanche matin... Ceci m'a confirmé que je voulais vivre ceci plus souvent qu'au rythme des invitations de mon ami à faire du bateau. »**

Je devrais mentionner que les photos que vous voyez ici sont des photos qui viennent réellement des gens à qui nous avons parlé. Celle-ci, en particulier, a été publiée sur Snap Chat.

Et puis nous avons Alex. **« Tout a commencé par une idée. Nous faisons une croisière au coucher de soleil, en famille. C'est là que j'ai réalisé qu'il s'agissait de quelque chose que je pourrais faire en tout temps. »**

Comme vous le voyez, quelque chose survient, et le désir d'un bateau est allumé.

Le seul obstacle à cette phase est réellement très simple. C'est un manque d'accès au nautisme. Si ces gens n'ont pas d'occasion de vivre l'expérience du nautisme, cette flamme ne s'allume jamais. Nous pouvons donc les inspirer à aller sur l'eau. Donnez-leur accès à l'eau, ou menez l'eau jusqu'à eux. Nous pouvons les renseigner sur les façons de participer. Vous savez, toutes leurs expériences peuvent avoir eu lieu sur le bateau à pontons du voisin, au chalet. Ils ne connaissent peut-être pas les possibilités de

location dans leur communauté, ou n'ont jamais grimpé sur une motomarine, ou n'ont jamais loué un bateau en vacances. Il nous suffit de faire augmenter les chances que le moment « désir » survienne. C'est tout.

Une fois que le désir d'être propriétaire d'un bateau s'allume, ils commencent à rêver. C'est ici qu'ils commencent à imaginer activement leur vie sur l'eau, leur vie en tant que propriétaire d'un bateau.

Jessica nous dit : « **C'est comme s'évader un peu de la terre ferme... Se lancer sur les vagues, et peut-être voir des dauphins...** »

Je vous jure qu'on pouvait voir l'éclat du rêve dans ses yeux quand on a pris cette photo!

« **Je vais amarrer juste à côté de l'avenue Delaware. Parfois, je prévois une grande soirée, peut-être une soirée de gars, une soirée de poker, une soirée de cigares, ou je passerai simplement la nuit à bord...** »

Et puis Lorie. Elle veut une énorme réunion de famille. « **Je vais inviter ma sœur, son mari et leurs enfants, maman, son mari et des amis. Autant de gens que je peux en avoir à bord.** »

Il se passe quelque chose de très important à cette étape. Plus le rêve est clair, plus ils se rapprochent de l'achat.

Si nous avons un « coach de vie » avec nous aujourd'hui et qu'il nous montrait comment transformer nos rêves en réalité et comment visualiser ce que l'on veut dans la vie, il nous dirait : « Ajoutez des détails. Soyez plus précis. » Plus le rêve est en focus, plus il a de chances de se réaliser. C'est la même chose pour la propriété d'un bateau.

Les gens commencent eux-mêmes à apporter plus de clarté au rêve. La première chose est qu'ils se rendent en ligne. Nous avons découvert que 64 % des acheteurs d'un premier bateau vont en ligne à cette étape. Ici, ils affrontent quelque chose de moins agréable que ce à quoi ils s'attendaient.

Ils commencent à se sentir dépassés.

« **Honnêtement, c'est écrasant. Il y a tant de types, de styles, de marques, de prix. Je suis débutant. Je ne sais pas quelles options me conviennent.** »

En fait, en parlant aux acheteurs d'un premier bateau, 42 % disent qu'aucun endroit ne leur a fourni toute l'information dont ils avaient besoin.

En regardant ce qu'ils vivent, imaginons ce qui se passe dans leur vie lorsqu'ils pensent à acheter une maison ou une voiture. Ils s'attendent à avoir des ressources comme *Trulia* ou *Zillow*, ou comme le *Kelley Blue Book*. Ils ne trouvent pas de ressource équivalente à celles-là dans le monde du nautisme.

Alors, ils se tournent vers des gens qui peuvent les aider. Carlos parle d'être allé dans des marinas pour parler à des plaisanciers. En fait, 61 % des acheteurs récents d'un premier bateau ont cherché des conseils auprès d'autres plaisanciers à cette étape. Donc, à cette étape, qu'est-ce qui les ralentit? La quantité énorme d'information. Ils tentent de se bâtir un rêve et d'y apporter plus de clarté, mais ils affrontent un obstacle de taille : un mur solide d'information. De plus, il n'y a pas de ressource complète où aller. Et eux-mêmes n'ont pas vraiment de personnes à qui s'adresser. Nous avons en fait découvert que 70 % des acheteurs d'un premier bateau n'ont pas de gens de confiance pour leur donner des

conseils sur l'achat d'un bateau. 70 %. Un pourcentage énorme. Mais je suis convaincue que ceci est quelque chose de complètement réparable.

Voici quoi faire pour les aider. Tout d'abord, facilitez-leur la tâche de transformer leur rêve en réalité. Aidez-les à former leur rêve. C'est le meilleur moyen de leur présenter un bateau, de leur présenter la vie nautique qu'ils veulent vivre.

Présentez-leur de l'aide et des ressources. Encore une fois, 70 % de ces acheteurs d'un premier bateau n'ont personne dans leur vie pour leur donner des conseils sur la façon d'acheter un bateau. Nous pouvons les aider avec un programme d'ambassadeurs ou en leur présentant des forums de propriétaires. Ou ne devons peut-être copier le plan de jeu d'une autre industrie... Regardez ce que fait l'industrie de l'immobilier ou celle de l'automobile, et apportez de l'aide en conséquence. Après tout, la simplicité et la clarté sont ce qu'attendent tous les consommateurs, de toutes les industries, même la nôtre.

Et c'est ici que la réalité frappe. C'est le moment pour eux de passer à l'étape de la décision.

À l'étape de la décision, les acheteurs d'un premier bateau affrontent deux réalités difficiles. La première est le processus d'achat même. Ils doivent interagir avec le détaillant, ce qu'ils ne veulent pas faire.

« Certains détaillants font tout pour soutirer chaque sou de vous. »

« Ils ne disent pas toujours la vérité. »

« L'une des pires choses est lorsque le détaillant ne cherche qu'à faire de l'argent, il ne se soucie pas du tout de vos besoins, il ne veut que faire augmenter sa vente. »

« J'aurais à apprendre. J'aurais à obtenir de l'information pour commencer, car je ne veux pas que quelqu'un me vende quelque chose qui ne conviendra pas. »

66 % des gens qui ont magasiné pour leur premier bateau ont affirmé ne pas avoir eu une expérience utile chez leur détaillant.

Et pire encore, les acheteurs potentiels affrontent un deuxième enjeu en découvrant les frais d'entretien et d'entreposage qui accompagnent la possession d'un bateau. Ces coûts dissimulés font souvent dérailler l'achat.

« Nous n'avons jamais eu un bateau. Nous ne savons donc pas vraiment dans quoi on s'embarque. »

« Je me disais : "Oh! Je vais acheter un bateau!". En fait, il y a beaucoup d'autres frais qui interviennent. »

« J'aurais aimé savoir qu'il consommerait tant de carburant. Ou j'aurais aimé savoir que j'avais besoin de ce type d'assurance. »

42 % des acheteurs perdus d'un premier bateau ont dit que les coûts dissimulés étaient leur principal obstacle à l'achat.

Ces surprises attaquent la confiance qu'ils ont dans leur détaillant, et, pour de nombreux nouveaux acheteurs potentiels, tout le processus d'achat.

« J'aurais aimé des informations de base absolues... sans avoir à les demander à quelqu'un qui rirait de moi. »

Alors, est-il surprenant de constater que CECI est l'étape la plus difficile, émotionnellement, pour les acheteurs d'un premier bateau?

Il y a beaucoup de choses, ici, pour les ralentir. Ils se sentent intimidés et ne se sentent pas prêts à aller chez les détaillants et à interagir avec les vendeurs.

Ils ont l'impression de devoir apprendre avant de se rendre, et pensent qu'ils ont vraiment besoin d'expérience. Ils découvrent les frais dissimulés en cours de route. Et ils découvrent ensuite que d'être propriétaire d'un bateau, c'est beaucoup plus que ce qu'ils croyaient.

Voici ce que nous pouvons faire pour les aider.

Tout d'abord, commencez par comprendre leur rêve de propriété initial. Que veulent-ils? Pourquoi veulent-ils ce bateau en particulier? Utilisez ceci pour faire le lien. Aidez-les à ce sujet. Ensuite, équilibrez le besoin d'aider et le besoin de vendre. Oui, nous devons vendre. Bien sûr. Mais nous avons entendu cela encore et encore en parlant aux gens qui ont vécu une expérience positive chez un détaillant. Ils se souviennent d'un vendeur qui a passé du temps avec eux et qui leur a présenté des options. Ceci peut certainement brûler de notre temps, mais cette approche peut faire toute la différence pour les acheteurs d'un premier bateau. Enfin, faites preuve de transparence au sujet des coûts totaux et des responsabilités d'être propriétaire d'un bateau. Et je ne parle pas ici du coût pour vous : je parle du coût pour le client. Le client veut savoir ce que ce coût sera. En entier. Pas seulement le bateau. Et plus nous faisons preuve de transparence à ce sujet, plus nous pouvons l'aider à ne pas se sentir surpris, ou à penser que ces frais sont dissimulés. Ainsi, plus nous réussissons avec ce groupe.

C'était l'étape de la décision. Ils naviguent entre ces deux réalités difficiles. Mais après avoir traversé cette étape, arrive celle du passage à l'action. C'est le moment d'y aller. Ils vivent les joies de la propriété d'un bateau.

La bonne nouvelle est que l'expérience est conforme à leurs attentes. Nous avons constaté qu'un énorme 76 % des propriétaires récents sont très heureux de leur achat. Vous pouvez probablement démolir cette statistique en disant « C'est sûr, ils ne font que rationaliser après coup un achat super coûteux. » Mais en fin de compte, peu importe. Ils sont heureux, et cela est probablement l'une des raisons pourquoi les clients qui reviennent sont une partie si importante de notre industrie.

Et c'est tout!

Nous avons terminé!

De qui ils sont, à la façon dont ils achètent.

Maintenant que vous en savez un peu plus au sujet des acheteurs d'un premier bateau, nous espérons que vous pourrez utiliser certaines de ces connaissances pour les convertir et rendre le parcours vers la propriété d'un bateau plus agréable et plus excitant pour eux.

Découvrez le nautisme vous donnera plus d'information au sujet des acheteurs d'un premier bateau et de la façon de les aider. Gardez l'antenne!

Merci d'avoir été à notre écoute.