



**COMPTE RENDU DES PRÉSENTATIONS LORS DE LA RENCONTRE
DES GESTIONNAIRES BINGO ET KINZO LE 25 MARS 2015 À 15 H
HÔTEL HILTON LAC-LEAMY - GATINEAU**

Étaient présents :

Secrétariat

Marie Bouchart-D'Orval Serge Bérard Gaston Leroux

Gestionnaires et gérants bingo

Carolle Angers	Daniel Beaulac	Benoit Bougie	Martin Bougie
Pierre Bougie	Carmine Carosielli	Sylvie Brunelle	David Carosielli
Gilles Clément	Marc-André Clément	Fernand Corbeil	Stéphane Doucet
Josée Duguay	Lynda Émond	Daniel Gauvin	Caroline Guay
Mélanie Guay	Lyne Guérin	Cécile Guillemette	Christian Haché
Bernard Harvey	Jacques Harvey	Chantal Lafrenière	Luc Langlois
Michel Lavigne	Manon Léger	Jacques Liboiron	Caroline Marcoux
Caroline Marcoux	Sandra Nardella	Philippe Olivier	Jacques Pelletier
Raynald Piperno	Judy Stacy	Sylvain Tessier	Carole Tétréault
Line Péloquin	Denise Thériault	Daniel Trudeau	Johanne Trudeau
Viviane Trudeau	Chai Kuoch	Francis Blais	Mélissa Bi

Gestionnaires et opérateurs Kinzo

Francis Blais	Geneviève Cloutier	Mathieu Cloutier	Mélissa Gibeault
Émilie Hamelin	Nathalie Jodoin	Sylvie Jodoin	Chai Kuoch
Gina Landry	Jean-François Iefèbvre		

Forum

Jean-Claude Dubois Lise Morissette

SBQ

François-Patrick Allard	Carole Drolet	Anne Grenier	Geneviève Langelier
Claire Charette	Isabelle Galand	Sophie Basque	Marie-Ève Turcotte
Eric Fournier			

1. Mot de la présidente des opérations de la SEJQ – Madame Carole Drolet

Madame Drolet exprime son grand respect pour l'industrie du bingo qui vient en aide aux OSBL représentant une composante importante du tissu social québécois et Loto-Québec est fière d'être parvenu à leur verser à ce jour plus de 140 millions de \$.

Concernant la fusion récente de la SBQ avec la SLVQ, elle informe les participants que cette fusion s'inscrit dans la volonté du président de Loto-Québec de briser les silos, d'établir au sein de l'organisation une mise en commun des réflexions, des idées, des systèmes, des données et des talents, et ce, pour une synergie et une convergence des différentes lignes de produits de Loto-Québec, ce qui pourra n'être que profitable pour tout partenaire de Loto-Québec et ses filiales.

Pour le Kinzo, ce dernier est en période de consolidation du réseau, il n'y a pas d'ouverture de salle prévue au cours de la prochaine année. À l'automne, un nouveau produit à 3 \$ «Kinzo Mystère» sera accompagné de l'animation d'une roue de fortune.

Néanmoins, Madame Drolet souligne que la plus belle possibilité de croissance provient des efforts locaux que les gestionnaires feront au sein de leur communauté. L'objectif de la SEJQ est de leur donner les outils nécessaires pour qu'ils bâtissent un plan d'action local le plus efficace possible; l'équipe marketing et celle de l'exploitation de la SEJQ seront là pour les seconder tout au long de l'année dans leurs démarches publicitaires.

Pour le bingo, la SEJQ est très consciente que l'industrie a besoin d'un plan de modernisation. Madame Drolet a rencontré les représentants du secrétariat du bingo et a été très impressionnée par le sérieux et le professionnalisme des représentants. Un billet à languettes très intéressant (Rallye et Sprint) a été développé et est actuellement en ventes hebdomadaires qui frôlent les 200 000 \$. Un autre produit (Nachos) sera lancé au printemps, offrant une boîte de taille intermédiaire.

Même si ce billet à languettes constitue un ajout intéressant à l'offre de jeu, le bingo aura besoin davantage pour se relancer et la SEJQ a investigué sur le produit bingo électronique dans les autres juridictions. Sous réserve de l'approbation de notre règlement par le gouvernement, nous pourrions lancer cette année un projet pilote dans 4 établissements de la province pour tester l'intérêt de la population pour ce type de produit.

En conclusion, Madame Drolet tient à rassurer les participants que Loto-Québec a à cœur la survie de l'industrie du bingo et que tout sera mis en œuvre pour poursuivre l'aide aux gestionnaires.

2. Présentation « Évolution du marché des appareils de loterie vidéo» - Monsieur Éric Saulnier, directeur des opérations commerciales – SEJQ

Monsieur Saulnier nous fait part de l'état du réseau des ALV :

2 types d'appareils : les IGT et les Spielo

535 appareils dans les Salons de jeux de Québec et Trois-Rivières

11 465 appareils dans les autres sites (bars, etc.)

Il nous dresse ensuite un tableau des événements historiques à la SLVQ au cours des dernières années : l'instauration d'un programme «Bien jouer» il y a 4 ans, l'arrivée des G3 en 2013, plusieurs nouveaux jeux attrayants ont vu le jour, etc..

Monsieur Saulnier croit au rôle du gestionnaire d'attirer la clientèle à l'intérieur de sa salle; la SEJQ joue alors le sien par l'offre de ses produits.

Loto-Québec effectue actuellement un virement dû aux besoins de la nouvelle clientèle : leur sortie est plus basée sur du divertissement que sur du jeu, plus d'espace entre les machines, disposition par compagnie, jouer à 2 sur une même machine, paiement rapide, un espace propre et un personnel formé à 100 % au programme «Au hasard du jeu» et accueillant. Le client de demain veut socialiser et ces 3 services doivent être offerts dans un même endroit : jeu – alcool - restauration.

3. Conférence - «Le feu sacré du succès», Patrick Leroux, expert en motivation et performance

Il n'y a pas de mauvaise personne, seulement des personnes à la mauvaise place. Aimez-vous votre travail? Êtes-vous à la bonne place? Avez-vous un sentiment de satisfaction de votre travail?

29% des employés ont un taux d'engagement

24%, un taux de désengagement (libérer ces postes pour des personnes plus engagées)

47% sont au neutre

Est-ce que le besoin de s'améliorer est présent chez vous et vos employés? Pour gagner, apprendre plus, besoin de formation. Soyez toujours curieux d'apprendre.

Ayez le focus sur ce que vous avez, soyez positif et développez le sentiment de gratitude. Ayez aussi le focus sur ce que vous voulez (visualisation, collages sur carte aux trésors de vos rêves).

Pour le succès en affaires, il faut se différencier : faire vivre au client une expérience mémorable, différente des autres offres. Que faites-vous pour vous démarquer? Où est le 'Wow feeling'?

La publicité de bouche à oreille et par les réseaux sociaux = 50% plus puissante que toute autre forme de publicité.

Satisfaction versus fidélité : les gens satisfaits vont ailleurs, les gens fidèles restent. Valeur à vie d'un client fidèle : lui et tous ceux qu'il va référer.

Soyez accueillants, souriants, offrez quelque chose d'unique, de distinctif, qui reste dans la mémoire des gens. Reconnaissez vos clients (souligner leur date d'anniversaire, etc.).

Pensez à vos points de contact avec vos clients et passez du mode transaction à un mode expérience :

- Accueil
- Propreté
- Décoration
- Senteur
- Sites Internet
- Stationnement
- Qualité des services offerts
- Etc., etc.

Rien n'arrive tant que vous ne bougez pas : bougez, prenez des risques, sortez de votre zone de confort. C'est quand la dernière fois où vous avez fait une chose pour la première fois?

En conclusion, prenez un engagement envers vous-même pour améliorer votre vie personnelle et un autre pour votre vie professionnelle.