



# ACCUEILLIR DE NOUVEAUX JOUEURS

Attirer et fidéliser de nouveaux joueurs,  
un guide à destination des détaillants

[Wpn.Wizards.com](http://Wpn.Wizards.com)

# ACCUEILLIR DE NOUVEAUX JOUEURS

Attirer et fidéliser de nouveaux joueurs,  
un guide à destination des détaillants

[Wpn.Wizards.com](http://Wpn.Wizards.com)

## **Accueillir de nouveaux joueurs : attirer et fidéliser de nouveaux joueurs, un guide à destination des détaillants**

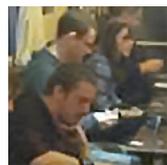
© 2014 WIZARDS OF THE COAST LLC.

Ce livre est protégé par les lois sur les droits d'auteur des États-Unis. Toute reproduction ou utilisation non autorisée de son contenu ou de ses illustrations est interdite sans l'accord écrit exprès de WIZARDS OF THE COAST LLC.

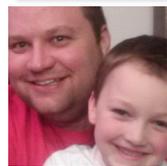
WIZARDS OF THE COAST, *Magic: The Gathering*, *Dungeons & Dragons* et leurs logos respectifs sont des marques de WIZARDS OF THE COAST LLC aux États-Unis et dans d'autres pays.

Rendez-vous sur notre site Web : [Wpn.Wizards.com](http://Wpn.Wizards.com)

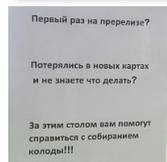
# Contenu



Les nouveaux joueurs sont vitaux pour le Wizards Play Network.....5



L'offrande du nouveau joueur.....6



Comment accueillez-vous les nouveaux joueurs ?.....9

Tirez le meilleur parti possible de vos decks échantillon ..... 10



Des outils pour faire découvrir le jeu aux débutants ..... 11



Comment surprendre les nouveaux joueurs et leur faire plaisir ? ..... 12



Comment un simple cadeau peut conquérir un client à vie..... 13



4 idées simples pour vos cadeaux..... 15



Comment gagner le cœur de nouveaux joueurs lors d'un événement..... 16



Trouvez le bon équilibre ! ..... 18

La clé de la croissance à long terme ..... 20

# Les nouveaux joueurs sont vitaux pour le Wizards Play Network.



Attirer de nouveaux joueurs, les guider dans leurs premiers pas et les fidéliser permet d'augmenter vos ventes et d'assurer la croissance de votre activité sur le long terme.

Ce guide vous aidera à chacune de ces étapes. Vous y découvrirez comment attirer les nouveaux joueurs, dissiper leurs premières interrogations et les guider du statut de joueurs occasionnels à celui de joueurs réguliers ou même passionnés.

Vous êtes prêt à commencer ?



# L'offrande du nouveau joueur

C'était un vendredi soir comme les autres dans mon magasin, [Wonko's Toys and Games](#). La participation au Friday Night Magic était bonne : 30 joueurs pour le Standard et 16 pour le Draft, avec quelques nouveaux pour chaque format.



Au début de la ronde 2, Frank, l'un des nouveaux joueurs, est venu me voir et a demandé à parler au responsable. Je me suis présenté, prêt à recevoir une plainte.

Ce qui s'est passé ensuite a été une surprise totale.

## Nouveau joueur cherche magasin accueillant

Frank m'a dit qu'il avait parcouru toute la ville pour jouer à *Magic*. Mais où qu'il aille, il rencontrait toujours le même problème. Tout le monde pensait à la compétition, et personne ne faisait preuve de patience envers les joueurs qui posaient des questions sur les règles.

Et puis, il y a deux semaines, il a découvert Wonko's.



## Un endroit où on se sent bien

Grâce à notre credo « Pas de pression » inscrit sur nos feuilles d'inscription, Frank s'est tout de suite senti à l'aise. Nous avons ensuite procédé à l'habituel rappel des règles au début de la première ronde.

Il a joué en FNM Draft, et le maître de table lui a donné quelques conseils pour drafter le bloc utilisé et construire son deck.



C'était il y a deux semaines, mais les choses se sont déroulées de la même façon ce soir, avec d'autres personnes.

Frank m'a dit : « J'ai enfin trouvé un endroit où je me sens bien ».

## Une offre qui ne se refuse pas

Comme si cela ne suffisait pas à faire mon bonheur, Frank s'est proposé d'acheter trois boîtes de boosters (de mon choix) pour les ajouter aux dotations de la soirée et du prochain FNM.

Je n'en revenais pas. C'était la première fois qu'on me faisait une offre pareille.

Alors j'ai proposé de couper la poire en deux et de lui vendre les boîtes à prix coûtant. Il a accepté mais a tenu à en acheter quatre.

## Une foule en délire

À la fin de la ronde 3, j'ai demandé l'attention de tout le monde. J'ai annoncé que grâce à la générosité d'un nouveau joueur, les dotations seraient de trois boosters par participant.

La foule était en délire. Un joueur m'a demandé : « Mais comment cela se fait-il ? »

Je leur ai expliqué que leur fair-play, leur bienveillance et leurs bonnes manières avaient convaincu un joueur de faire de Wonko son nouveau lieu de prédilection pour *Magic*.

Tout le monde a applaudi. Certains joueurs pro ont eux aussi confié qu'ils nous avaient choisis pour l'atmosphère du lieu.

Un autre joueur a ajouté que cette ambiance était avant tout liée à l'esprit familial du lieu et à notre volonté de faire du magasin un endroit propice à l'amusement et à l'entraide. J'en avais les larmes aux yeux, et j'ai remercié tout le monde.



Voilà ce qui arrive quand on fait les choses bien. Traitez les gens avec respect et demandez-leur de faire de même entre eux. Encouragez les enfants et les joueurs fidèles à suivre le mouvement, et vous obtiendrez un environnement agréable pour tous.

Et qui sait, de temps en temps, cet environnement pourrait bien vous surprendre !

**Eric Dow, [Wonko's Toys and Games](#)**



*Au premier rang : Erica, Rebekah et Denise Dow  
Derrière : Alex Tune, Brian M. et Eric Dow  
Absents de la photo : Keith Blackard et Ray Rimmer*

# Comment accueillez-vous les nouveaux joueurs ?

Dans le magasin [Game On](#) de Cheltenham au Royaume-Uni, on sait bien que les joueurs sont sensibles aux petites attentions, comme par exemple leur proposer quelque chose à manger. On offre donc des gâteaux aux nouveaux joueurs pour qu'ils se sentent tout de suite à l'aise et s'intègrent plus facilement.

Les joueurs vétérans du magasin [Chimera Brierley Hill](#) au Royaume-Uni offrent régulièrement des cartes courantes et inhabituelles de leurs drafts au dernier joueur arrivé. Cela laisse une impression très positive aux nouveaux joueurs qui auront davantage tendance à s'impliquer dans la communauté du magasin.



# Tirez le meilleur parti possible de vos decks échantillon

En plus d'être un très bon outil pour apprendre à jouer à *Magic: The Gathering*, nos decks échantillons gratuits sont aussi un excellent moyen de faire de la publicité pour votre magasin.

Voici quelques conseils pour les utiliser :

## 1. Faites preuve d'enthousiasme

Avant de faire une démo, présentez quelques-unes de vos cartes préférées dans le deck et expliquez pourquoi elles vous plaisent.

## 2. Restez simple

Ne cherchez pas à expliquer les règles trop en détails. L'objectif est que les gens apprécient *Magic* et aient envie d'en apprendre plus.

## 3. Donnez une raison de revenir

Après la démo, offrez un deuxième deck échantillon et une entrée gratuite pour votre prochain Friday Night Magic ou pour un événement amical adapté aux nouveaux joueurs. Montrez aux nouveaux joueurs comment combiner deux decks échantillons pour créer un deck Standard légal.

## 4. Faites de la publicité pour votre magasin

Collez un autocollant sur vos decks échantillon avec les coordonnées de votre magasin et incitez les nouveaux joueurs à participer à votre prochain FNM pour apprendre à jouer !

## 5. Distribuez des decks échantillon en dehors de votre magasin

N'attendez pas que les nouveaux joueurs viennent vous demander une démo dans votre magasin. Le magasin [Dizzy Dugout](#), à Collinsville dans l'Illinois, distribue des decks échantillon aux enfants lors de la soirée d'Halloween.

Distribuez des decks échantillon lors d'événements locaux comme des conventions, des festivals et partout où des joueurs potentiels sont susceptibles de se réunir.



***Vous avez besoin de passer une nouvelle commande ?*** Contactez votre représentant WPN pour commander des decks échantillon gratuitement !



# Des outils pour faire découvrir le jeu aux débutants

Transformez vos nouveaux joueurs en habitués grâce à ces ressources téléchargeables !

Pour faire découvrir *Magic: The Gathering* à des joueurs non initiés, rien de tel qu'une démonstration réussie.

Et nous avons beaucoup d'outils gratuits en téléchargement pour vous aider à y parvenir !



## Guide de démo à feuilleter

Guidez vos joueurs pas à pas en utilisant notre [guide de démo « Comment jouer » à feuilleter](#) pour une démonstration intuitive de *Magic: The Gathering* en face à face !

Faites-le imprimer et plastifier, et reliez les pages avec une spirale pour pouvoir le réutiliser à loisir.

## Guide de démarrage rapide

Téléchargez, imprimez et distribuez le [guide de démarrage rapide](#) pour que vos joueurs puissent avoir des informations détaillées sur tous les aspects importants du jeu, ainsi qu'un glossaire des mots-clés et des capacités.

## Fiche de référence des règles

Installez une table de démonstration en téléchargeant et en imprimant la [fiche de référence des règles](#), et en la scotchant sur la table !

## Duels of the Planeswalkers

Mettez *Duels of the Planeswalkers* à contribution. [Téléchargez le tutoriel gratuit](#) et créez une zone de démonstration dans votre magasin !

Assurez-vous que tous les nouveaux joueurs repartent chez eux avec un deck échantillon, un booster promo ou même un Pack d'Intro, et invitez-les à revenir à votre prochain événement !

Et vous, comment faites-vous découvrir le jeu aux nouveaux joueurs ? [Dites-le nous !](#)



# Comment surprendre les nouveaux joueurs et leur faire plaisir ?

Christian Liedtke de [Blitzplatz](#) offre des T-shirts portant le logo de son magasin. Lorsqu'ils jouent dans d'autres magasins, les joueurs les arborent fièrement pour montrer d'où ils viennent. Dans cette région, chaque magasin a une communauté solide, et cette pratique fait partie de l'expérience de jeu.



Derrick Sheets de [Game On](#) confie : « Je distribue souvent des dotations supplémentaires lors des événements. Nous venons par exemple d'offrir un produit *From the Vault: Twenty*. Les dotations supplémentaires sont un moyen fantastique d'attirer des joueurs, tout comme les tirages au sort. Toutes les idées que vous mettrez en œuvre pour récompenser les joueurs de leur présence et de leur participation en leur offrant des produits fonctionnent à merveille. S'ils paient 5 € pour jouer à un événement et qu'ils repartent à chaque fois avec un cadeau, ils vont adorer ! »

# Comment un simple cadeau peut conquérir un client à vie

Il y a quelques années, tout le monde parlait de [Zappos](#), un nouveau site spécialisé dans la vente de chaussures.

Curieux de vérifier si ce buzz était fondé, j'ai commandé une paire de Chuck Taylor All Stars chez eux. Après avoir finalisé ma commande, j'ai publié un tweet pour parler de mon achat.

À ma grande surprise, le [service clients de Zappos](#) y a immédiatement répondu. Ils voulaient connaître mon adresse e-mail pour m'envoyer un cadeau avec ma commande. Je leur ai bien sûr répondu.

Les chaussures m'ont été livrées le lendemain matin, soit plusieurs jours avant la date prévue, accompagnées d'un mot de Zappos : j'étais désormais un « client VIP », avec livraison gratuite le jour suivant à vie !

## Un cadeau vaut plus que tous les remerciements



Grâce à un simple cadeau inattendu, Zappos s'est assuré de ma fidélité à vie.

Inutile de vous dire que j'achète désormais toutes mes chaussures chez eux ! Et dans le cadre de mon activité, j'ai raconté cette histoire à au moins cinq cents personnes autour de moi.

Mon cas n'est pas unique.

Vous même fréquentez certainement des magasins qui ont déjà eu un geste à votre égard, aussi petit soit-il. De même, vos clients les plus fidèles le sont très certainement pour ce que vous avez fait pour eux.

Mais comment cela s'explique-t-il ?

## Le pouvoir de la réciprocité

Lorsque quelqu'un fait quelque chose pour vous, vous êtes enclin à lui rendre la pareille. Ce concept est connu en psychologie sous le nom de [réciprocité](#).

Pour faire court, une interaction positive en appelle une autre.

Est-ce quantifiable ?

## Le (modeste) coût de la fidélité

Imaginez que vous offrez un cadeau de 1 € à chaque nouveau client qui entre dans votre magasin. Cela est-il rentable à long terme ?

Dans le pire des cas, imaginons que seulement 1 % des clients reviennent.

Pour un client fidélisé sur cent, vous avez alors dépensé 100 €. Même si le rapport ne semble pas fantastique, la rentabilité finale reste intéressante.

Combien pensez-vous qu'un client habitué dépensera dans votre magasin ?

Consultez la section [Développer votre magasin](#) de ce site pour savoir *comment* créer des interactions positives afin de fidéliser vos clients. Appliquez ensuite le pouvoir de la réciprocité à votre magasin !



Par Paul Hagan, directeur principal marketing commercial, Wizards of the Coast



# 4 idées simples pour vos cadeaux

Nous savons tous que les cartes promos sont des cadeaux appréciés de tous les joueurs. Mais ils aiment aussi recevoir des objets gratuits qui symbolisent leur appartenance à la communauté de votre magasin.

Une recherche rapide sur Google avec les termes « matériel promotionnel » propose des centaines de sites permettant de créer votre propre matériel promotionnel et publicitaire, souvent pour peu cher.

D'après une étude de l'Association Internationale des Produits Publicitaires (PPAI), les types de produits promotionnels auxquels les consommateurs sont le plus sensibles sont :

- les vêtements et autres objets à porter : 41 %
- les instruments d'écriture : 35 %
- les ustensiles et accessoires pour boire : 19 %

Voici quelques idées appliquées par d'autres magasins qui peuvent vous inspirer :

**Autocollants**



**Blocs de points de vie**



**T-shirts personnalisés**



**Badges**



Et vous, que faites-vous pour surprendre vos joueurs et leur faire plaisir ? [Envoyez-nous vos anecdotes et vos photos par e-mail](#) ! Nous avons hâte de les découvrir !

# Comment gagner le cœur de nouveaux joueurs lors d'un événement

Matt Hanes a voulu nous faire partager la première expérience de son fils avec les jeux de cartes à collectionner de stratégie.



« Jimmy était le plus jeune joueur de l'événement. Il était très nerveux, et à vrai dire, moi aussi. La plupart des autres joueurs étaient des adultes, mais ils se sont tous laissés emporter par l'enthousiasme de Jimmy.

On jouait avec un deck starter préconstruit modifié qu'on trouvait plutôt efficace. Il fonctionnait bien quand on jouait l'un contre l'autre. Et on s'est fait *outrageusement* dominer !

Mais tout le monde nous a aidés. On a commencé par nous donner un paquet de cartes pour améliorer notre deck. Puis on nous a carrément donné un deck bien plus compétitif pour le prochain tournoi auquel on participerait. Un joueur a donné à Jimmy un dé assorti à son t-shirt ; il était tellement content qu'il était intenable !

Nous avons terminé 27èmes sur 29, mais les gagnants se sont réunis pour offrir leurs badges à Jimmy, ainsi qu'un autre paquet de cartes. Il est devenu la mascotte des autres joueurs et ne veut plus rater une seule occasion de jouer.

Même s'il a passé la majeure partie de la journée à perdre, il a vécu un moment inoubliable. »



# Trouvez le bon équilibre !

Découvrez comment ces 2 magasins WPN ont créé des « compétitions amicales » parfaites

La formule a fait ses preuves : en compétition, réservez les dotations aux premières places. Pour le jeu amical, n'hésitez pas à les distribuer plus largement.

Mais comment encourager le jeu amical dans un environnement compétitif ? Et comment mettre en avant l'esprit de compétition dans une atmosphère amicale ?

Ces deux magasins ont trouvé une solution. Voici comment ils s'y prennent.

## Le système de tirage au sort innovant de Battlezone

Le magasin [The Battlezone](#) s'est construit une communauté *Magic* florissante dans une petite ville de Floride. En huit mois, ils ont gagné **50 nouveaux joueurs, soit presque 60 % de leur base de joueurs.**

Pour l'organisateur, Kyle Halvusen, ce succès est dû en grande partie à leur système innovant de tirage au sort qui leur permet d'attirer de nouveaux joueurs tout en maintenant l'intérêt des joueurs habitués.

### Voici comment cela fonctionne :

Donnez à chaque joueur 1 ticket par partie perdue (victoire 2-1 = 1 ticket, défaite 1-2 = 2 tickets). À la fin de la soirée, faites gagner des tapis de jeu, des boîtes de deck et des protège-cartes par tirage au sort en plus des dotations habituelles récompensant le classement et la sportivité.

Kyle explique que cela permet aux joueurs les moins chanceux de passer un bon moment. Il profite de cette occasion pour faire connaissance avec les nouveaux joueurs, et particulièrement les plus jeunes :

« Combien tu mesures ? » demande-t-il parfois. Et il distribue un ticket par décimètre.

« Une fois qu'on a créé un contact » continue-t-il, « ils reviennent encore et encore ».



## « Choix ouvert » chez Ace Comics

Dans le magasin [Ace Comics](#) de Brisbane, en Australie, chaque joueur est assuré de gagner au moins un booster en participant à Friday Night Magic. L'astuce, c'est que les boosters sont ouverts.

### Voici comment cela fonctionne :

Mettons que 12 joueurs participent à FNM (comme c'est arrivé le 8 août). Ils ajoutent 12 boosters à la dotation (un par joueur) et les ouvrent. Au bout de trois rondes, les joueurs choisissent leur booster en fonction de leur classement, et les quatre premiers reçoivent un second booster non ouvert.

Le principal, pour ces deux magasins, c'est de faire en sorte que gagner soit important, mais pas *essentiel*.

Essayez cette semaine pour FNM !



# La clé de la croissance à long terme

Friday Night Magic a rencontré un franc succès l'été dernier au magasin [River City Comics and Games](#).

Le propriétaire, Joseph Scheib, a remarqué un très fort intérêt des joueurs pour le format Modern suite à la sortie de *Modern Masters*. Il a donc décidé de changer le format de ses FNM, **ce qui a fait augmenter la participation de 77 % par rapport à l'été précédent**.

Cependant, ce changement a provoqué une modification dans la fréquentation et seuls les joueurs expérimentés participaient aux événements, ce qui ne lui permettait plus d'attirer de nouveaux joueurs.

---

« Les joueurs réguliers sont fantastiques, mais pour développer la communauté, nous avons besoin de rendre le jeu accessible aux nouveaux joueurs — Joseph Schieb, River City Comics »

---

De plus, peu de temps après son **Pro Tour Qualifier de 225 joueurs**, un père de famille participant régulièrement à FNM lui a parlé de son fils de 10 ans qui adorait jouer à *Magic*, mais qui avait du mal lors des FNM.

« Il y arrive bien mieux quand il joue contre des joueurs de son âge », disait son père.

Ils ont cherché une solution ensemble et ont eu l'idée suivante : organiser un tournoi pour les débutants destiné aux jeunes joueurs.

## À nouveaux joueurs, nouveau modèle

Leur objectif était de maintenir une ambiance de compétition tout en créant un environnement accueillant pour de jeunes joueurs.



## Ils ont pensé cet événement en intégrant les éléments suivants :

- Des frais d'inscriptions à 2 USD (« Pour qu'ils aient l'impression qu'il s'agit d'un vrai tournoi. »)
- Des dotations modestes (« Pour que ça n'intéresse pas les vétérans et qu'ils aient une chance de gagner quelque chose. »)
- Une ambiance détendue (« Pour ne pas les intimider. »)
- Un événement tous les deux mois (« Pour ne pas incommoder les parents. »)

## Un bon moment pour tout le monde

Huit joueurs étaient présents à leur premier événement, dont plusieurs ont ensuite participé à FNM. Un grand succès, estime Joseph.

Il part du principe que si un nouveau joueur régulier émerge de chaque événement, cela agrandira sa base de joueurs sur le long terme.

Et surtout, c'est un moment agréable et une très bonne occasion pour les jeunes joueurs de rencontrer des amis tout en jouant au jeu qu'ils aiment ; un concept que Joseph apprécie particulièrement.

« J'aime organiser des tournois amicaux, plus détendus », explique-t-il.

## Un futur prometteur

Tout comme ses jeunes joueurs, Joseph attend les prochains événements avec impatience. Il est convaincu qu'ils contribueront au développement de son magasin à long terme.

Et vous, qu'organisez-vous de spécial pour vos jeunes joueurs ? Envoyez-nous un e-mail à [WPNStories@wizards.com](mailto:WPNStories@wizards.com)



[Wpn.Wizards.com](http://Wpn.Wizards.com)

