

MEILLEURE CHAÎNE DE MAGASINS



DOSSIERS 2019





Pour aller plus loin dans l'analyse Dossier Catégorie

Un dossier qui comporte **l'ensemble des enseignements clés du livre blanc** **focusé par catégorie** et mentionnant les **performances de la meilleure catégorie du cluster**.

Satisfaction globale



” Les participants ont évalué leur enseigne préférée en attribuant une note entre 1 et 10.
Cette note représente leur niveau de satisfaction global et donc leur perception de l'expérience avec l'enseigne.

CATEGORIE
Alimentation spécialisée et surgelés



14087 répondants

CLUSTER
Restauration – alimentation spécialisée



89000 répondants

Rang 2/6 dans le Cluster
Restauration alimentation spécialisée

GAGNANT
Alimentation spécialisée et surgelés

1

Thiriet
8,64 / 10
89000 répondants
95% de votes obtenus dans la catégorie

**MEILLEURE CHAÎNE
DE MAGASINS**

Meilleure Chaîne de Magasins de l'Année 2019 -2020
Cluster : Restauration – alimentation spécialisée
Catégorie : Alimentation spécialisée et surgelés


QUALIMÉTRIE
MARKET RESEARCH / CUSTOMER EXPERIENCE

Satisfaction et classification des critères évalués



” L'ensemble des critères suivants ont été notés et classés par ordre d'importance, indiquant ainsi les éléments impactant la satisfaction des consommateurs en Alimentation spécialisée et surgelés. Le rapport entre la satisfaction et l'importance des critères offre une perspective intéressante pour identifier les leviers et les irritants de l'expérience d'achat.

Qualité des produits proposés Rapport qualité/prix Choix des produits Promotions et offres spéciales proposées Amabilité du personnel Compétence du personnel Disponibilité du personnel Ambiance

8,9



ALIMENTATION
SPECIALISEE ET
SURGELES : 8,9

8,4



RESTAURATION
RAPIDE : 8,9

8,7



SANDWICHES
: 9,1

8,4



YOGURT,
CONFISERIES,
CHOCOLATERIES :
8,6

9,0



YOGURT,
CONFISERIES,
CHOCOLATERIES :
9,5

8,9



RESTAURATION :
9,0

8,8



ALIMENTATION
SPECIALISEE ET
SURGELES : 8,8

7,8



ALIMENTATION
SPECIALISEE ET
SURGELES : 7,8



MEILLEURE
CATEGORIE DU
CLUSTER

+ important

Classement des critères par ordre d'importance

- important

14087 répondants



QUALIMETRIE
MARKET RESEARCH / CUSTOMER EXPERIENCE

MEILLEURE CHAÎNE
DE MAGASINS

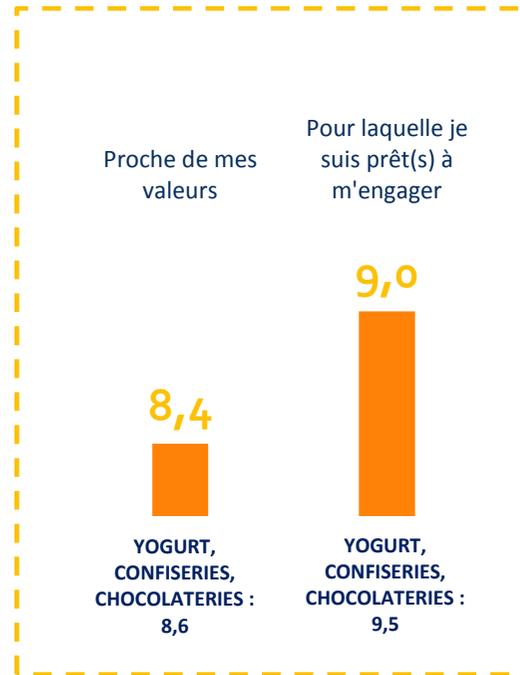
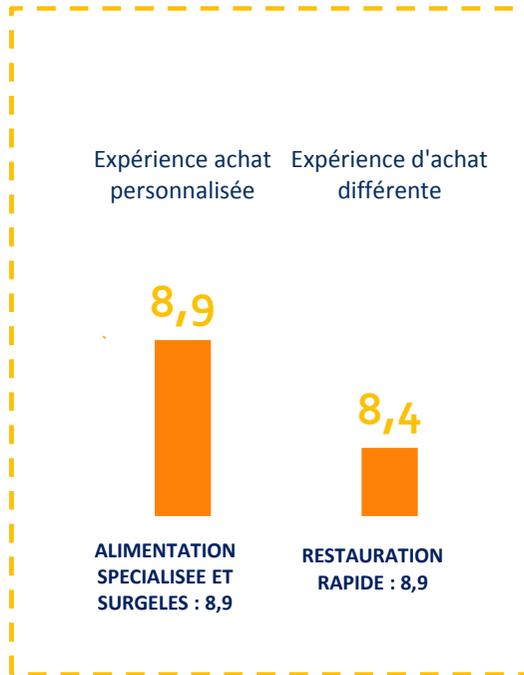
Meilleure Chaîne de Magasins de l'Année 2019 -2020
Cluster : Restauration – alimentation spécialisée
Catégorie : Alimentation spécialisée et surgelés

Focus sur la relation client



- ” De nouveaux critères ont été intégrés cette année représentant les enjeux actuels des enseignes :
- développer la proximité avec les consommateurs et donc leur engagement pour l'enseigne,
 - développer la complémentarité entre le site Internet et les points de vente physique.

1
MEILLEURE
CATEGORIE DU
CLUSTER



14087 répondants



MEILLEURE CHAÎNE
DE MAGASINS

Meilleure Chaîne de Magasins de l'Année 2019 -2020
Cluster : Restauration – alimentation spécialisée
Catégorie : Alimentation spécialisée et surgelés


QUALIMÉTRIE
MARKET RESEARCH / CUSTOMER EXPERIENCE

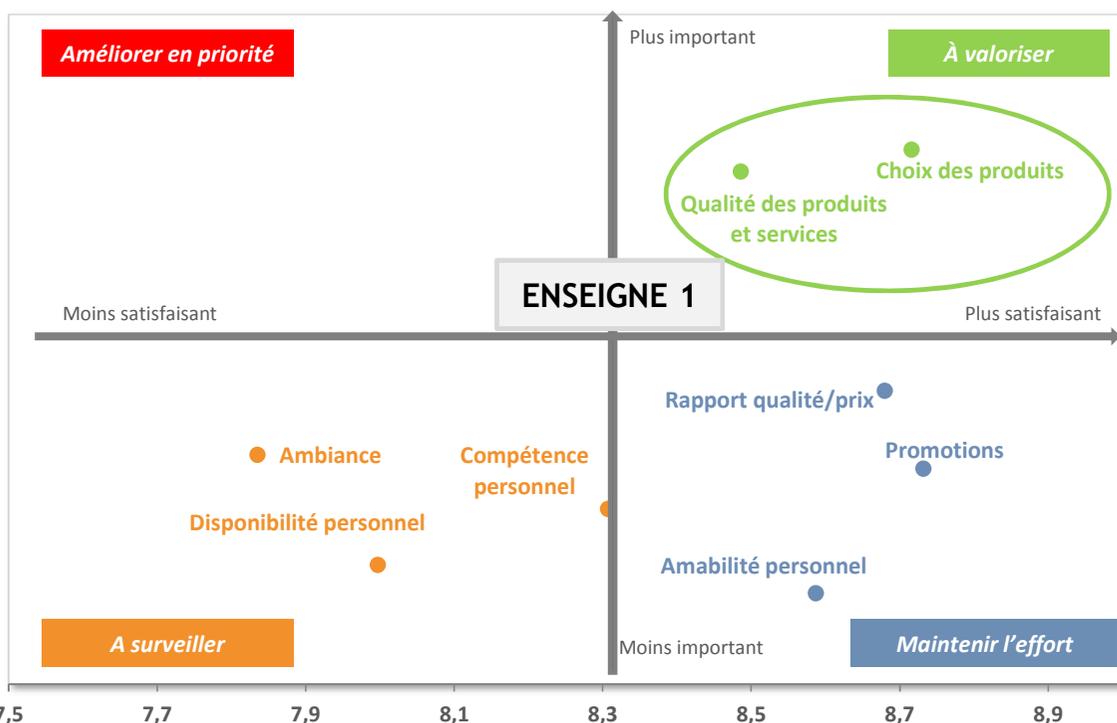


Pour aller plus loin dans l'analyse Dossier Enseigne

Un dossier qui positionne les **performances de votre enseigne par rapport à vos concurrents**, sur les critères de la **satisfaction, priorités** dans l'acte d'achat, **habitudes** de consommation, **fréquentation, fidélité, attentes, profil ...**

Mapping corrélation importance / satisfaction - Enseigne

Globalement, ENSEIGNE 1 performe très bien sur la majorité des critères situés à droite de la matrice, avec un avantage important par rapport aux autres enseignes de bricolage : la satisfaction plus élevée des clients sur les critères de **choix des produits** et de **qualité des produits et services**, la satisfaction ayant reçu une note positive de la part des clients qui les jugent d'une très forte importance. **Une opportunité de communiquer autour de ces critères.**



Matrice Total magasins de Bricolage



La matrice permet de mettre en perspective la satisfaction des consommateurs avec l'importance qu'ils accordent aux différents critères évalués.

Aucun critère n'est à améliorer en priorité, en revanche, on observe que les opinions relatives à **l'ambiance, la compétence et la disponibilité du personnel** sont inférieures à celles des autres critères évalués. Cela représente donc des **axes de vigilance et de progression pour l'enseigne 1**.

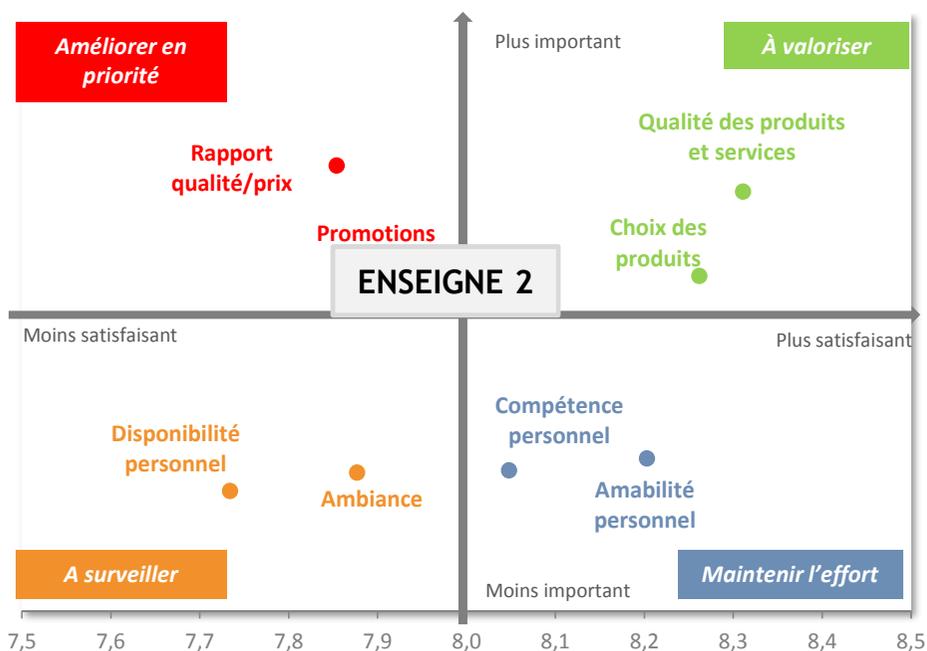
Enfin, les critères de **rapport qualité-prix, promotions et amabilité du personnel** sont jugés moins importants et satisfaisants. Il est donc pertinent de poursuivre les actions sur ces points pour maintenir la satisfaction des clients.

Mapping corrélation importance / satisfaction - Concurrents

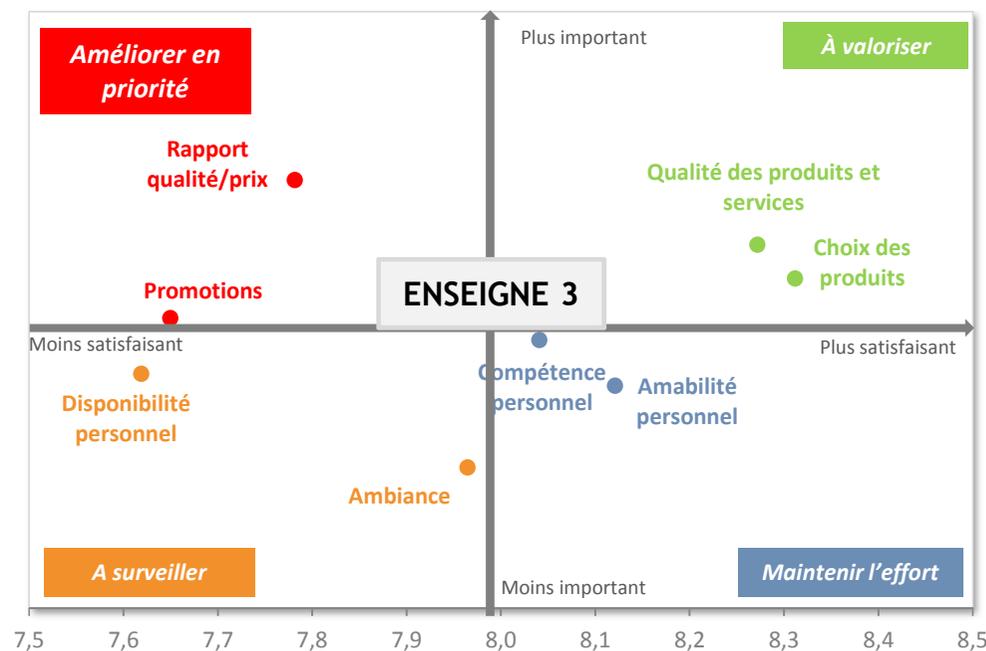


Pour les deux enseignes, les points forts sont les critères de qualité des produits et services, et de choix des produits, pour lesquels la satisfaction a reçu une note satisfaisante de la part des clients qui les jugent particulièrement importants. Les aspects liés à la compétence et à l'amabilité du personnel, bien que satisfaisants, sont jugés moins importants.

A l'opposé, les clients, attachés aux aspects de **rapport qualité-prix et de promotions, offres spéciales, sont moins satisfaits** par ces critères (notes inférieures à 8/10). L'importance de ces éléments impacte donc fortement leur perception de l'expérience globale. **Un avantage concurrentiel pour l'enseigne ENSEIGNE 1 qui performe très bien sur ces deux points.**



Base: Échantillon ENSEIGNE 2 (n= 669)



Base: Échantillon ENSEIGNE 3 (n= 1376)

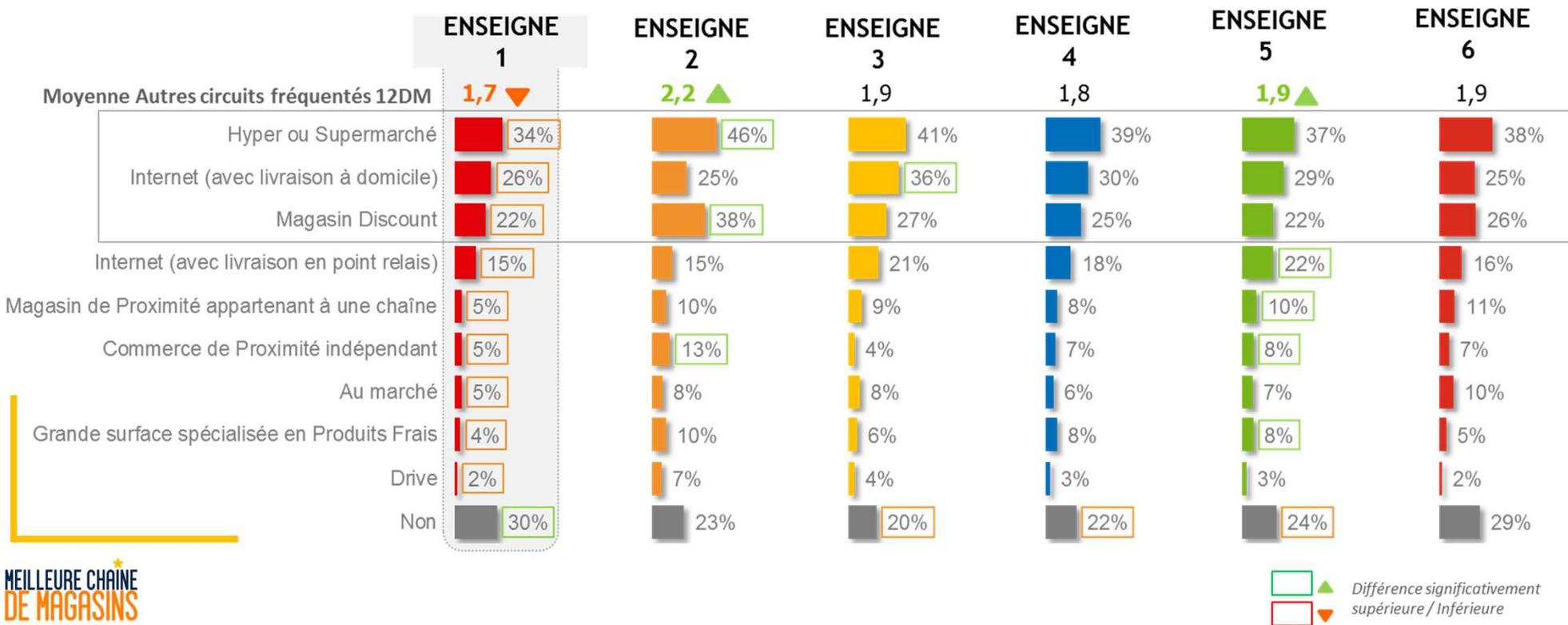
Fréquentation



La multi-fréquentation des circuits de distribution s'avère la règle pour les clients interrogés. En effet, les clients déclarent avoir fréquenté en moyenne, en plus du magasin évalué, **2 autres circuits de distribution au cours des 12 derniers mois** pour les achats de bricolage.

Enseigne 1 compte le plus de clients mono-circuit avec environ 30% de clients déclarant ne pas avoir fréquenté d'autre magasin ou site internet en dehors du magasin évalué. A l'opposé, Enseigne 2, enseigne 5, enseigne 6 comptent le plus de **clients multi-circuits**, avec en moyenne 2,2 et 1,9 autres magasins ou site internet fréquentés.

Au cours des 12 derniers mois, avez-vous fréquenté un autre magasin ou un site internet pour vos achats en bricolage que le magasin que vous avez évalué ?



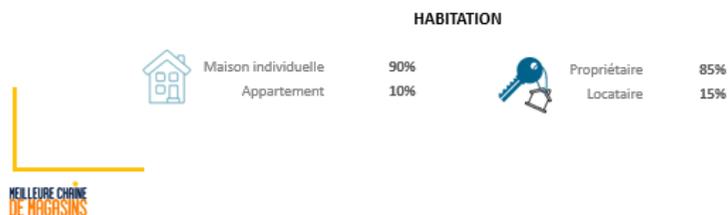
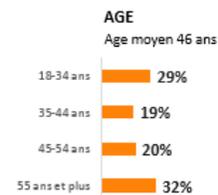
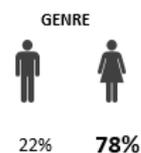
Profil

 **PANIER MOYEN**
(dernier achat secteur bricolage)
249 €

Quel a été le montant de ce dernier achat ?

ENSEIGNE 5	326,4 € ▲
ENSEIGNE 2	301,2 € ▲
ENSEIGNE 3	253,0 €
ENSEIGNE 4	251,3 €
ENSEIGNE 1	233,3 € ▼
ENSEIGNE 6	200,6 €

Profil des participants



Le panier moyen du dernier achat s'élève en moyenne à 249 € pour l'ensemble du secteur Bricolage.

Les consommateurs tendent à dépenser significativement plus auprès des grandes enseignes de bricolage comme ENSEIGNE 2 et ENSEIGNE 3, avec des paniers moyens respectifs de 326 € et 301 €.

Avec un panier de 233 € lors du dernier achat, **les clients ENSEIGNE 1 dépensent significativement moins** que la moyenne du secteur bricolage.



Meilleure chaine de magasins

Pascal LESCOUZERES

Contact@meilleurechainedemagasins.fr

+33 (0)7 86 49 57 03