

Méthodologie

Incitez vos clients à voter pour votre enseigne

Pour gagner le titre de «Meilleure Chaîne de Magasins» ou «Meilleure franchise de l'année», «Meilleur e-commerçant de l'année» ou «Meilleure Relation Client de l'Année», votre enseigne doit être nominée. Pour cela, vous devez obtenir les votes de vos clients et donc motiver ceux-ci, aussi bien dans vos magasins qu'au travers de vos sites e-commerce, newsletters ou réseaux sociaux.

Les consommateurs ont la possibilité d'évaluer différentes chaînes de magasins ou sites e-commerce par **un lien générique** qui amène l'internaute sur le site de vote. Il doit alors choisir sa catégorie, puis dans cette catégorie choisie, il devra sélectionner votre enseigne parmi les enseignes concourantes dans la catégorie.

Vous pouvez vous assurer que vos clients voteront pour votre enseigne directement avec **un lien Premium** permettant d'amener directement l'internaute sur le lien de vote de votre enseigne.

Toutes les enseignes participant au concours peuvent suivre l'évolution de leurs votes reçus en contactant l'organisation de l'événement.

Comment devient-on lauréat du Trophée Meilleure Chaîne de Magasins ?

Mécanique du concours :

Lors de la phase d'évaluation, les consommateurs choisissent de voter pour une enseigne dans une catégorie, parmi les Trophées « Meilleure Chaîne de Magasins de l'Année », « Meilleur E-commerçant de l'Année » et « Meilleure Franchise de l'Année ».

Ils répondent ensuite à une série de 10 questions, en fonction de la catégorie choisie. Ensuite, ils répondent à 5 questions de signalétique (âge, mail...). Leur vote est alors validé et leur participation au concours enregistrée.

S'ils le souhaitent, ils peuvent répondre à 5 questions facultatives sur leurs habitudes d'achat dans la catégorie sélectionnée au vote 1.

S'ils le souhaitent, les consommateurs peuvent voter pour une deuxième enseigne, puis aux questions sur les habitudes d'achat dans la catégorie du vote 2.

Chaque consommateur ne peut voter que pour 2 enseignes au maximum, de 2 catégories différentes - ou dans 2 concours différents - et lors d'une unique connexion.

À chaque édition, de nombreux cadeaux sont à gagner par tirage au sort, d'une part pour les consommateurs ayant fait 2 votes (séjour Spa, TV LED, tablette, tickets de grattage...) et d'autre part, pour ceux ayant complété aux moins une fois les questions facultatives sur les habitudes d'achat (week-end en Europe).

L'analyse des votes permet ensuite de réaliser un livre blanc et des rapports sectoriels reflétant les tendances de consommation et les attentes des clients.

Après la clôture des votes, toutes les adresses mail sont contrôlées avant validation définitive. Ces méthodes permettent de lutter efficacement contre d'éventuelles tentatives de fraude. Un vote comportant des données (personnelles) inexactes ou incomplètes est annulé. De même l'organisateur se réserve le droit d'exclure la participation d'une enseigne au cas où elle identifierait des indices d'adresses fausses répétées.

• **Liste des critères évalués (selon les catégories) :**

L'ambiance

La facilité de naviguer sur le site

Le rapport qualité/prix

Les promotions et offres spéciales proposées

Le choix des produits ou des services proposés

La qualité des produits et des services proposés

La qualité du service après-vente - du service client

Le sens du service des équipes

La compétence des équipes

L'amabilité des équipes

L'efficacité du service d'aide à l'achat (facilité de contacts, chatbot...)

La livraison

La récompense de la fidélité

Validation et critères de sécurité des votes

Il est demandé aux votants de fournir une adresse e-mail valide où ils recevront un email pour confirmer leur évaluation, assurant ainsi la fiabilité du vote.

Cette adresse e-mail est utilisée aussi pour envoyer les e-mails de remerciement ainsi qu'avertir de la désignation des gagnant des lots mis en jeu. Une adresse e-mail incorrecte engendre le rejet automatique de l'évaluation.

Analyse des résultats

A la suite de cette analyse les résultats sont proclamés. De deux à cinq nominés sont annoncés par catégorie en fonction du nombre d'enseignes ayant obtenu le nombre suffisant d'évaluations. Si la catégorie comporte moins de deux nominés, le nombre d'évaluation minimum exigible peut être alors abaissé. Enfin, si le nombre de nominé est toujours inférieur à deux, la catégorie est annulée. Seules les enseignes participantes et nominées sont éligibles aux trophées de catégorie.

- **Proclamation des nominés et invitation à la cérémonie de remise des trophées**

Les enseignes nominées sont invitées à une cérémonie de remise de prix où les lauréats de chaque catégories seront annoncés.

Les lauréats de catégorie sont autorisés à s'identifier comme «Meilleure Chaîne de Magasins» “ Meilleur E-Commerçant de l’Année “ “ Meilleure Franchise de l’Année” ou “Meilleure Relation Client de l’Année “ de leur catégorie pour un an.

Les lauréats de catégories participent automatiquement aux trophées généraux , toutes catégories confondues , des élections.

Un “Grand Prix” est alors attribué au vainqueur .

Les grands Prix “ Meilleure Relation Client de l’Année “ seront attribués aux Chaines de Magasins et aux Sites E-Commerce ayant obtenu les meilleures notes sur ces critères spécifiques , dans chaque cluster : services , distribution spécialisée, restauration , distribution , maison et jardin , mode, beauté-santé .