

MEILLEURE
CHAÎNE
DE MAGASINS
DE L'ANNÉE

2024

MEILLEURE
FRANCHISE
DE L'ANNÉE

2024

MEILLEURE
RELATION
CLIENT
DE L'ANNÉE

2024

MEILLEUR
E-COMMERÇANT
DE L'ANNÉE

2024

MEILLEURE
DÉMARCHE
ENVIRONNEMENTALE
DE L'ANNÉE

2025

Règles du Concours Meilleure Chaîne de Magasin

PRINCIPES DU CONCOURS



Le principe général

Incitez vos clients à voter pour votre enseigne



Pour gagner le titre de «Meilleure Chaîne de Magasins», «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 sans passer par le choix de la catégorie parmi les catégories proposées et sans passer par le choix de l'enseigne parmi toutes les enseignes de cette catégorie.

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

METHODOLOGIE DES VOTES



L'organisation des votes

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 (TV LED Samsung, drones, 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.

Les critères

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



CONTRÔLE DES VOTES



Les différents contrôles des votes

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.

Plusieurs opérations de contrôles sont opérées avant la divulgation du palmarés

- Pas de votes en dehors des dates de terrain
- Pas de votes des - de 18 ans
- Pas de votes avec des mail en NPAI
- Un consommateur ne peut remplir qu'une seule fois le questionnaire (supprimer les doublons)
- Pas de votes avec un mail contenant un nom d'enseigne (@carrefour, @lidl... ni le mail QM(test)) et votant pour cette enseigne.
- Pas de 2ème vote dans la même catégorie du même concours
- Vote 1 conservé si complété jusqu'au code postal inclus et vote 2 conservé si complété jusqu'à la Q sat globale inclus

LES GAGNANTS



Calcul des scores



Pour obtenir le Trophée de « Meilleure Chaîne de Magasins France » votre enseigne doit obtenir, après correction et pondération, la note la plus élevée sur la question de la satisfaction globale.

Les consommateurs évaluent leurs enseignes préférées sur neuf critères clés du processus de vente et ce sont donc eux qui déterminent si vous êtes la meilleure enseigne. L'évaluation se fait sur la question de la satisfaction globale soit la première question.

Outre les critères d'évaluation, les consommateurs apportent quelques données de base comme le sexe, l'âge et le code postal. Il leur est aussi demandé un email personnel valide. Une adresse mail erronée invalide automatiquement l'évaluation. Seuls les questionnaires totalement complétés sont pris en compte dans le concours.

Pour maximiser la fiabilité des résultats, de nombreux contrôles et vérifications sont réalisés notamment les doublons de vote, les adresses erronées, la durée de remplissage du questionnaire, la date et heure du remplissage pour identification des automates.

Au-delà du score de la question de satisfaction globale, nous prenons également en compte le nombre de votes. Une enseigne avec un score de 9/10 attribué par 150 personnes est bien moins robuste et représentatif qu'un score de 9/10 attribué par 5 000 personnes.

C'est le principe des intervalles de confiance, plus la base de répondants est importante plus la statistique est robuste.

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 catégorie seront annoncés.
- Les lauréats de catégorie sont autorisés à s'identifier comme «Meilleure Chaîne de Magasins» “ Meilleur E-Commerçant de l'Année “ ou “ Meilleure Franchise 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 BONNES PRATIQUES



Bonnes pratiques



Le concours est organisé sur une durée de 4 mois donc les enseignes ont le temps de programmer les sollicitations de leurs clients.

Les enseignes peuvent solliciter leurs clients avec le lien unique transmis par l'organisation de du concours.

Plus de 650 enseignes concourent en même temps et peuvent solliciter leurs clients simultanément.

Il est donc recommandé de ne pas dépasser 50 000 envois/jour auprès de sa base de données sans avoir prévenu au préalable l'organisateur.

Au-delà de 50 000 envois /jour , une solution de cadencement des envois peut être trouvée !