

NetObserver® labellise les sites internet les plus performants en termes de satisfaction et d'engagement de leurs visiteurs

Paris, le 21 juillet 2011 —NetObserver®, le plus grand observatoire des internautes, dévoile en exclusivité l'identité des sites éditoriaux et marchands partenaires qui se sont vus décerner son label d'excellence.



Le label d'excellence NetObserver® : à la fois garant de la satisfaction et de l'engagement de son audience pour chaque site l'obtenant, et gage de qualité pour ses futurs visiteurs

Depuis plusieurs années, NetObserver® aide gracieusement les sites internet européens soucieux de ce que pensent leurs utilisateurs, à mieux comprendre les ressorts de leur satisfaction et de leur fidélité.

Fort d'une légitimité acquise grâce à plus de 10 années d'exercice et à la solidité de ses normes consolidées, NetObserver® franchit un nouveau cap en initiant une démarche sans précédent de labellisation de ses sites partenaires.

Les meilleurs d'entre eux, en termes de satisfaction globale de leurs visiteurs, de leurs intentions de revisiter le site et de le recommander à leur entourage, se voient ainsi décerner le label d'excellence NetObserver®, gage de reconnaissance mais aussi de qualité du site pour ses futurs visiteurs.

Pour « concourir » au label d'excellence NetObserver®, chaque site participant doit simplement proposer l'étude permettant de mesurer le niveau de satisfaction et d'engagement de son audience et obtenir un minimum de 200 répondants afin que ses résultats soient suffisamment solides. La participation à l'étude est gratuite.

Quel est le mode d'attribution du label d'excellence NetObserver® ?

Totalement indépendant, le label d'excellence NetObserver® est attribué aux meilleurs sites web partenaires sur la base des 3 critères clés suivants :

- ✓ Satisfaction globale
- ✓ Intention de revisiter le site
- ✓ Intention de recommander le site

Les scores obtenus par les sites partenaires sur ces critères proviennent directement des résultats de l'étude NetObserver® menée directement auprès de leurs visiteurs qui en sont ainsi les seuls juges.

Les scores obtenus par les sites sont alors comparés avec ceux de la norme NetObserver® et les labels d'excellence sont décernés aux sites dont l'ensemble des scores est supérieur ou égal à celui de la norme.

L'équipe NetObserver® est ainsi fière d'annoncer la liste des tout premiers sites éditoriaux et marchands auxquels elle décerne son label d'excellence.

Sites éditoriaux récompensés :



Sites marchands récompensés :



*_**

Méthodologie

La sélection des sites récompensés par le label d'excellence NetObserver a été réalisée à partir des résultats de la vague de Printemps 2011 de l'enquête NetObserver® qui s'est déroulée du 14 mars au 12 juin 2011. Les répondants de l'enquête ont été recrutés en ligne, par interception sur site et via newsletter. Au global, lors de cette vague de Printemps 2011, NetObserver® a exploité les réponses d'un échantillon de plus de 103 000 individus, représentatif de la population des internautes de 15 ans et plus résidant en France métropolitaine.

Les critères de sélection utilisés pour déterminer les sites récompensés sont les suivants : la note moyenne de satisfaction globale (échelle de 0 à 10), le niveau d'intention de revisiter le site (sous-total « certainement »), le niveau d'intention de recommander le site (sous-total « certainement ») doublé du Net Promoter Score (% Promoteurs¹ - % Détracteurs²)

La base cumulée qui a servi de norme comparative pour la remise du label d'excellence aux sites éditoriaux à l'issue de cette vague est constituée de plus de 170 évaluations de sites français.

La norme de référence utilisée pour la labellisation des sites marchands est quant à elle constituée de plus de 50 évaluations de sites européens.

- 1. Promoteurs : ensemble des visiteurs d'un site ayant donné une note d'intention de recommander le site de 9 à 10 sur une échelle de 0 à 10
- 2. Détracteurs : ensemble des visiteurs d'un site ayant donné une note d'intention de recommander le site de 0 à 6 sur une échelle de 0 à 10

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée d'éléments techniques tels que : la méthode d'enquête, les dates de réalisation, le nom de l'institut Harris Interactive, la taille de l'échantillon.

A propos de NetObserver®

Avec plus de 1 000 sites participants et plus de 300 000 répondants par an, NetObserver® est le plus grand observatoire des internautes à travers lequel l'institut Harris Interactive offre gratuitement des informations indispensables à l'ensemble des acteurs de l'Internet (sites éditoriaux, sites marchands et régies publicitaires).

Conduit en ligne tous les 6 mois (printemps et automne) depuis 1998 en France et depuis 2000 dans le reste de l'Europe, NetObserver® suit l'évolution des profils et des usages des internautes de plus de 15 ans, quel que soit leur lieu de connexion (domicile, travail mais aussi écoles, universités, lieux publics...) sur les 5 principaux marchés européens : France, Italie, Espagne, Allemagne et Royaume-Uni.

Les informations collectées par NetObserver® vont bien au-delà des données d'audience et de performance mesurées par les outils de web analytics, les ad servers ou les panels d'audience en permettant de comprendre le comportement des visiteurs et se répartissent en 4 types : profil sociodémographique détaillé, usages et attitudes online, comportement offline et satisfaction/engagement des visiteurs.

A propos de Harris Interactive

Harris Interactive est un institut de référence sur le marché des études (6^{ème} rang mondial des sociétés d'étude ad hoc). La structure française, fondée en 1995 par Nathalie PERRIO-COMBEAUX et Patrick VAN BLOEME sous le nom de Novatris, a rejoint le groupe en mars 2004.

Harris Interactive propose des méthodes d'études innovantes ainsi que des analyses et un conseil stratégique qui aident les clients à prendre des décisions réfléchies et efficaces. Le groupe doit sa réputation aux sondages d'opinion « Harris Poll » et à son rôle précurseur dans les méthodes d'études en ligne. La société a mis en place ce qui, selon elle, constitue le panel le plus important au monde : le Harris Poll Online. Harris Interactive est au service de sa clientèle dans le monde entier grâce à ses bureaux en Amérique du Nord, en Europe et en Asie. Pour plus de renseignements sur Harris Interactive, veuillez consulter www.harrisinteractive.fr

Contact Harris Interactive en France:

Laurence Lavernhe - 5-7 rue du Sahel – 75012 Paris - Tel: 01 44 87 60 94 – 01 44 87 60 30 - llavernhe@harrisinteractive.fr
Nicolas Lemaire – Business Development France – NetObserver – 01 44 87 60 85