

7 étapes vers le label Préférence Commerce

<p>Engagement et contractualisation</p>	<p>Entreprise CCI</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Demande d'inscription auprès de la CCI. - Entretien personnalisé avec un conseiller de la CCI et constitution du dossier d'inscription. - Préparation à l'utilisation de la grille d'autodiagnostic. - Programmation du diagnostic et planning de suivi. <p>Pour en savoir plus sur les conditions financières, contactez les CCI concernées</p>
<p>Diagnostic individuel</p>	<p>Entreprise CCI ou consultant</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Vous remplissez la grille d'<u>autodiagnostic</u> seul ou bien assisté des salariés. Vous en remettez un exemplaire complété au conseiller de la CCI. - Le conseiller de la CCI se déplace dans votre établissement et réalise l'audit interne en votre présence, en se conformant à la grille de diagnostic nationale (80 critères) <p>Testez-vous en téléchargeant l'autodiagnostic</p>
<p>Restitution et préconisations avant visite mystère</p>	<p>Entreprise CCI</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Le conseiller de la CCI vous remet un rapport de visite dressant le bilan de vos points forts et des axes d'amélioration. - Il réalise des préconisations avant le déclenchement de la visite mystère. - Vous engagez des actions correctives.
<p>Audit mystère en magasin</p>	<p>Cabinet d'audit</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Une visite et un appel téléphonique mystères sont réalisés par un cabinet d'audit indépendant sur la base du référentiel national (47 critères évalués en visite mystère) - Le consultant établit un rapport d'audit comprenant

		les forces et les axes de progrès, qu'il transmet à la CCI
Bilan et mise en place du plan d'actions	Entreprise CCI	<ul style="list-style-type: none"> - Le conseiller de la CCI vous restitue les résultats de l'audit mystère. - Vous décidez avec lui des actions prioritaires à engager et des moyens de leur mise en œuvre (ateliers, actions de formation si nécessaire). - La CCI vous accompagne tout au long de la mise en œuvre de votre plan d'actions.
Agrément, promotion et valorisation	Comité d'agrément CCI Cabinet audit	<ul style="list-style-type: none"> - Le conseiller de la CCI présente votre dossier au Comité local d'agrément qui vérifie que votre établissement répond aux conditions d'obtention de la marque PREFERENCE COMMERCE. - La composition de ce Comité local est définie par chaque CCI. -L'établissement est évalué sur les 80 critères : 33 critères sont évalués par le conseiller commerce et 47 par le cabinet chargé de l'audit mystère. - 2 Conditions d'agrément : <ul style="list-style-type: none"> ➤ un <u>score global</u> égal ou supérieur à 80 % ➤ et un <u>score par chapitre</u> égal ou supérieur à 70% -Les 4 chapitres audités : <ul style="list-style-type: none"> ➤ L'environnement et l'aspect extérieur du point de vente ➤ L'aspect intérieur du point de vente ➤ Le contact et la relation client : l'accueil client en magasin, au téléphone, les services ➤ L'exploitation du point de vente - L'entreprise est informée de la décision du Comité local d'agrément qui, en cas de refus ou de report, doit être motivée. - Un rapport détaillé est remis par la CCI à l'issue de la délibération du Comité local d'agrément. - Le commerçant labellisé reçoit un kit de communication composé à minima d'un diplôme et d'une vitrophanie millésimés. - La promotion nationale de la marque PREFERENCE COMMERCE et des professionnels labellisés est organisée par les CCI de France.

<p>Visite de contrôle la 2ème année</p>	<p>Cabinet d'audit</p>	<p>-Après agrément, l'engagement qualité doit être respecté et maintenu dans le temps à son plus haut niveau. C'est pourquoi un audit de contrôle sera effectué par un cabinet d'audit la deuxième année (entre 25% et 100 % des commerçants seront ré-audités selon les territoires).</p> <p>-La durée du droit d'usage de la marque est de deux ans (renouvelable) mais reste révisable à tout moment à certaines conditions.</p>
<p>Enquête de satisfaction</p>	<p>Entreprise CCI</p>	<p>- Evaluation de la démarche qualité auprès du commerçant et auprès de la clientèle.</p>