L'esprit web scoring

Quelle importance les entreprises accordent-elles à leurs références clients ?

Sans préjuger de la qualité de leurs prestations, il est possible de comparer leur attachement apparent aux relations et références clients par une revue de leurs sites web.

Nous avons établi une grille d'évaluation comportant 10 critères objectifs pondérés par des coefficients (coef.). Nous déterminons ainsi une note synthétique (scoring) de 0 à 20, représentative de l'importance accordée par l'entreprise, sur son site web, à la valorisation de ses relations clients. Un bonus (coefficient = 1) est ajouté lorsque l'entreprise publie une newsletter.

Critères (oui = coef. non = 0)
Coef.

Les références clients figurent-elles sur le site web de l'entreprise ?
3

Des cas clients ou success stories sont-ils présentés sur le site web de l'entreprise ?
3

Trouve-t-on des témoignages clients sur le site web de l'entreprise ?
1

Les cas clients, success stories et témoignages clients sont-ils datés ?
1

L'entreprise publie-t-elle des communiqués de presse relatifs à ses relations clients ?
2

L'entreprise a-t-elle publié au cours des 6 derniers mois des communiqués relatifs à ses relations clients ?
1

Peut-on entrer en contact par email avec les équipes commerciales de l'entreprise ?
2

Les responsables commerciaux de l'entreprise sont-ils joignables individuellement par mail ?

1

Les noms des responsables commerciaux de l'entreprise figurent-ils sur son site web ?

2

Les valeurs spécifiques de l'entreprise en relation clients sont-elles explicitées sur son site web ?

2

Le site de l'entreprise s'affiche-t-il en 1ère page francophone de Google suite à une requête sur son nom ?

2

Total

20

Le scoring est une évaluation instantanée de l'importance accordée par l'entreprise sur son site web à la relation client. Il est établi en fonction des critères apparents d'évaluation à la date de son établissement. Il est susceptible de changer en fonction de l'évolution du site web de référence. Le scoring ne constitue en aucune façon une appréciation sur l'ergonomie du site web de l'entreprise, la qualité de ses prestations ou de ses relations clients. Les entreprises désireuses de signaler des changements intervenus sur leurs sites web susceptibles de modifier leur scoring peuvent le signaler au webmaster@oomark.com.