

Palmarès WOW 2018

| Rang | Détaillant | WOW 2018 | Écart avec 2017 |
|------|-------------------------|----------|-----------------|
| 1 | Penningtons | 97,6 | -0,3 |
| 2 | SAQ | 96,5 | 3,3 |
| 3 | Yves Rocher | 96,2 | 2,8 |
| 4 | Bath & Body Works | 95,6 | 1,8 |
| 5 | Claire France | 94,7 | Nouveau |
| 6 | Squish | 93,4 | Nouveau |
| 7 | Mondou | 92,7 | 1,3 |
| 8 | Nespresso | 92,3 | -3,2 |
| 9 | Brunet | 90,6 | 5,2 |
| 10 | Ameublement Tanguay | 90,2 | 7,0 |
| 11 | Lush | 89,3 | 0,4 |
| 12 | Kiehl's | 89,1 | 7,8 |
| 13 | Iris | 88,6 | -2,3 |
| 14 | Chocolats favoris | 87,8 | -2,3 |
| 15 | Le Grenier | 87,7 | Nouveau |
| 15 | Les Thés DAVIDsTEA | 87,7 | -4,8 |
| 17 | Dans un Jardin | 87,6 | 0,2 |
| 18 | Microplay | 86,8 | 6,5 |
| 18 | Proxim | 86,8 | 6,8 |
| 20 | Addition Elle | 86,6 | -3,0 |
| 21 | Uniprix | 86,5 | 1,9 |
| 21 | MAC | 86,5 | 1,7 |
| 23 | Les aliments M&M | 86,4 | Nouveau |
| 24 | Opto-Réseau | 85,7 | Nouveau |
| 25 | Avril | 85,5 | -4,9 |
| 26 | Jean Coutu | 85,4 | -0,2 |
| 26 | Marie Claire | 85,4 | Nouveau |
| 28 | New Look | 85,3 | 8,2 |
| 29 | Canac | 85,2 | -6,0 |
| 30 | Naturiste | 85,1 | 5,2 |
| 31 | Familiprix | 84,1 | 0,0 |
| 32 | Vidéotron Le Super Club | 84,0 | 3,3 |
| 33 | Metro | 83,7 | 0,1 |
| 34 | The Face Shop | 83,4 | Nouveau |
| 35 | EB Games | 83,3 | 3,8 |
| 35 | Chapters Indigo | 83,3 | -1,4 |
| 37 | Fruits & Passion | 83,0 | -9,4 |
| 38 | Stokes | 82,6 | 10,8 |
| 39 | Apple Store | 82,5 | 1,0 |
| 40 | La Vie en Rose | 82,3 | -3,5 |
| 40 | Le Body Shop | 82,3 | 5,4 |
| 42 | Reitmans | 82,1 | -2,9 |
| 43 | L'amour du pain | 81,9 | 1,0 |
| 44 | Accès pharma | 81,8 | 4,0 |
| 45 | Carter's Oshkosh | 81,3 | 2,3 |
| 46 | La Senza | 81,1 | -1,4 |
| 46 | Les Moulins La Fayette | 81,1 | 6,8 |
| 48 | MEC | 81,0 | -3,0 |
| 48 | Laura | 81,0 | 4,7 |
| 50 | Golf Town | 80,8 | 0,5 |
| 51 | Naturalizer | 80,7 | 1,2 |
| 52 | Sephora | 80,4 | 0,2 |
| 53 | Patrick Morin | 79,2 | 6,0 |
| 54 | IGA | 78,6 | 1,2 |
| 55 | BonLook | 78,2 | -1,4 |
| 56 | Hachem | 78,1 | -5,5 |
| 57 | Pharmaprix | 77,9 | -6,4 |
| 58 | Laura Secord | 77,7 | 0,4 |
| 59 | Hyba | 77,6 | -8,1 |
| 60 | Pattes & Griffes | 77,5 | Nouveau |
| 61 | Frank + Oak | 77,3 | -4,8 |
| 62 | DeSerres | 77,1 | 6,2 |
| 63 | Lilliane Lingerie | 76,8 | -1,7 |
| 63 | Lolë | 76,8 | 6,7 |
| 65 | Souris Mini | 76,6 | 3,1 |
| 66 | Chlorophylle | 76,5 | -2,0 |
| 66 | Chocolato | 76,5 | Nouveau |
| 68 | Dynamite | 76,4 | 2,1 |
| 68 | Lunetterie F. Farhat | 76,4 | -5,8 |
| 70 | Adidas | 76,1 | 10,7 |
| 71 | Super C | 75,6 | -0,1 |
| 72 | Fossil | 75,4 | 8,7 |
| 73 | Tristan | 75,0 | 3,7 |
| 74 | Lululemon | 74,9 | 1,5 |
| 75 | Greiche & Scaff | 74,8 | -2,2 |
| 75 | Koodo | 74,8 | 2,8 |
| 77 | IKEA | 74,7 | 5,8 |

| Rang | Détaillant | WOW 2018 | Écart avec 2017 |
|------|-------------------------|----------|-----------------|
| 77 | Victoria's Secret | 74,7 | -2,1 |
| 79 | Dormez-vous | 74,6 | -2,5 |
| 79 | Sail | 74,6 | -2,6 |
| 81 | Jack & Jones | 74,4 | 3,9 |
| 81 | Michael's | 74,4 | 5,1 |
| 83 | Maxi | 74,2 | 0,1 |
| 84 | La diperie | 74,1 | -3,4 |
| 85 | Yellow | 73,9 | 8,1 |
| 85 | L'Aubainerie | 73,9 | 2,2 |
| 85 | Simons | 73,9 | -6,4 |
| 88 | Bizou | 73,0 | 4,1 |
| 88 | Lunetterie de Costco | 73,0 | -0,9 |
| 90 | Vidéotron | 72,9 | 0,6 |
| 91 | Corbeil Électroménagers | 72,8 | 72,5 |
| 91 | Costco | 72,8 | 2,1 |
| 93 | Le glacier Bilboquet | 72,7 | 3,2 |
| 94 | BMR | 72,5 | 4,0 |
| 94 | Clément | 72,5 | 1,6 |
| 96 | J.C. Perreault | 72,4 | -0,6 |
| 97 | Home Depot | 71,9 | 7,2 |
| 98 | Harry Rosen | 71,5 | 2,3 |
| 99 | Swarovski | 71,4 | -3,8 |
| 99 | Rachelle-Béry | 71,4 | -2,6 |

Détaillant premier de son secteur d'activités

Méthologie: pour calculer l'indice Wow, la firme de recherche Léger a mené une évaluation de l'expérience client chez 209 détaillants du Québec, par le biais d'un sondage en ligne auprès de plus de 15 000 Québécois, de la mi-septembre à la mi-octobre 2018. Chaque détaillant est ainsi évalué par 400 de ses clients récents, âgés de 15 ans et plus, sur 16 dimensions d'expérience client. L'évaluation porte ainsi sur les produits, les prix, le service, le magasin en soi et la personnalisation. Les résultats sont pondérés selon le sexe, l'âge, la région et la langue, de façon à être représentatifs de la clientèle récente de chaque détaillant. – K.D.

Source : Léger