Migliore Insegna 2024: vincono McDonald’s, Eni Cafè e Roadhouse

20231117122758iriconoscimentidimiglioreinsegna2024-72e648a8

Migliore Insegna è l'indagine, giunta alla quarta edizione, che **misura la connessione emotiva tra i consumatori e le insegne**, un riconoscimento sviluppato attraverso **lo studio Ipsos** che ha selezionato **124 insegne e realizzato 6000 interviste** per fornire un’analisi profonda sugli aspetti della customer experience.

Nel mondo della **ristorazione**, il premio è andato a **Roadhouse Restaurant** (che proprio in questi giorni ha lanciato anche un nuovo format), **McDonald’s** ed **Eni Cafè**, rispettivamente nella categoria **Ristorazione Servita, Ristorazione Veloce e Ristorazione Travel.**

Le insegne più apprezzate dai consumatori sono quelle che non solo garantiscono un’esperienza d’acquisto soddisfacente, ma che sono anche **in grado di coinvolgere i consumatori sulla sfera emozional**e: correttezza e semplificazione sono aspetti imprescindibili per costruire una relazione solida con i propri clienti. La relazione tra consumatori e insegne è sempre più umana e personale: inizia dall’equità e termina con la centralità, passando per la condivisione della propria visione.

Da quest’anno l’indagine è stata arricchita per esplorare maggiormente gli aspetti di **omnicanalità, innovazione tecnologica e comunicazione**, temi sempre più attuali e rilevanti per i consumatori. Su questi aspetti, così come sulla **sostenibilità** e sulla **personalizzazione** delle esperienze, i consumatori riconoscono l’impegno crescente da parte delle insegne, ma c’è ancora molta strada da fare.

"La profondità di indagine e il framework di ricerca applicato permettono di rappresentare a 360° la relazione tra retailer e cliente in ottica omnicanale – dicono dall'Ipsos – *I risultati dell’indagine sono inoltre collocati all’interno del contesto socio-economico di ogni edizione, in modo da dare una **chiave di lettura multidimensionale ai fenomeni indagati**”.*