

StarStore –2023 zsűrizési útmutató

Az alábbi szempontok alapján kérjük Önt, mint a StarStore – Év kereskedője 2023 zsűritagját, hogy vizsgálja meg a pályázatokat egyenként az értékelési szempontokban megadott feltételek szerint.

Általános információk:

- 1) A zsűri a benyújtott Pályázatok értékelése során a Versenyszabályzat rendelkezéseinek alapulvételével jár el. Az értékelés során a Szervező feladata annak vizsgálata, hogy a Pályázat a Verseny szabályzatban meghatározott formai követelményeknek megfelel-e, továbbá, hogy a Pályázó a részvételhez szükséges feltételeket teljesítette-e. A Szervező köteles felhívni arra a figyelmet, amennyiben valamely Pályázó helytelen kategóriában nyújtott be pályázatot. Ilyen esetben a zsűri a Versenyszabályzat rendelkezései szerint jogosult eljárni.
- 2) A szövegeket és illusztrációkat nem kell, és nem lehet (!) letölteni, áttölteni, csak az elektronikus felületen nyithatók meg.
- 3) Minden szempontnál pontszámmal kell jelölni az értékelést, de szöveges megjegyzésre is van lehetőség, illetve a teljes pályázat összefoglaló értékelésénél is van erre módja a zsűritagnak.
- 4) A zsűri értékelésénél elsősorban a pontszámokat kezeli a rendszer, majd a kiértékelésnél a zsűri elnök a szöveges megjegyzéseket felhasználhatja az eredmények indoklásánál, vagy plusz pontként értékelheti azonos eredmények esetében.
- 5) A zsűrizést külön-külön, kategóriánként kell elvégezni! Az értékelés során adott pontokat a zsűritagok – a pályázat tanulmányozását követően – a bírálati szempontok figyelembevételével szakmai tapasztalatuk és értékítéletük alapján adják meg, a zsűritag értékítéletét vitatni nem lehet. A zsűritag jogosult további dokumentumok beadását kezdeményezni a Szervezőnél, azonban a Pályázóval a Szervező tartja a kapcsolatot, a Pályázót a zsűritag személyesen nem keresheti meg, illetve ne tájékoztatja a értékelésével kapcsolatban. A zsűritag jogosult továbbá az értékesítési pontot, illetve üzletláncot felkeresni, próbavásárlást folytatni, azonban a munkavállalókat, illetve az adott értékesítési pont vezetőjét / üzletlánc képviselőjét közvetlenül nem keresheti meg. A zsűritag kizárólag a benyújtott, szükség esetén kiegészített Pályázat alapján hozza meg döntését.
- 6) Az értékelési szempontokat értelemszerűen kell alkalmazni, így például az online értékesítés esetén a design, innováció egy egyéb feltételek meglétét a webshop honlapja vonatkozásában kell vizsgálni, a benyújtott pályázatban meghatározott adatok, tények alapulvételével. Amennyiben bármely kategória esetén valamely értékelési szempontrendszer nem alkalmazható, úgy az adható összes pontszám arányosan csökken. Erről az adott kategória kiírásakor, illetve az értékelés megkezdését megelőzően a szervező köteles külön tájékoztatást adni.
- 7) Az alábbi értékesítési szempontrendszer azt segíti elő, hogy a zsűritagok egységes ismérvek alapján értékeljék a pályázók által benyújtott dokumentumokat.
- 8) Kategórián belül a pontszámok nagysága adja a pályázatok sorrendjét. A kategórián belül csak a legmagasabb pontot elért értékesítési pont lehet (kategória megjelöléssel) **„Store of the Year 2023”**, illetve láncként, hálózatként a **Retailer of the Year 2023**.

- 9) StarStore 2023 - Év Kereskedője 2023 nem kaphat olyan értékesítési pont, illetve üzletlanc, amely az adott kategóriában nem éri el a maximálisan adható pontszám 60%-át, abban az esetben sem, ha egyedüli pályázója a kategóriának. Amennyiben a Kategóriákon belül egyetlen pályázat sem éri el az említett minimális mértéket, úgy a zsűri nem hirdet győztest az adott kategóriában.
- 10) Azonos pontszám esetén a két azonos pontot kapó pályázónál a zsűri ismételten szavaz. Ha ismét azonos a pontszám, akkor a Szervező a két kategóriagyőztest hirdet és mindkét győztes teljesértékű nyereményt kap.
- 11) Különleges értékelés miatt különdíj adható a zsűri által vagy külső felajánló, támogató által is. Külső felajánló esetén sem adható különdíj abban az esetben, ha a zsűritagok azzal nem értenek egyet, amennyiben az adott vállalkozás nem adott be érvényes pályázatot, illetve a pályázat minősége nem kielégítő.
- 12) Az írásban történő zsűrizés csak elektronikus formában történik, a zsűritagok egységesen egy linken keresztül érik el a pályázatokat, külön sorolva a StarStore és külön az Év Kereskedője csoportban.
- 13) Minden felkért zsűritag, a felkérés írásos visszaigazolása és e-mail cím megadása után kapja meg az elektronikus belépés lehetőségét.
- 14) A zsűrizésre 1 hét áll rendelkezésre. Ezt követően a zsűrizésnél használt link inaktívvá válik.
- 15) Ezt követően egy online, közös szakmai zsűriértékelőn dönt a végső eredményekről a zsűri.
- 16) Az értékelő felület minden pályázat elbírálása után menthető, visszanezhető, az utolsó összesítő megjegyzés utáni küldésig. Ezt követően a zsűrizés nem módosítható!
- 17) A verseny szervezője a teljes pályázati anyagot, továbbá a zsűrizés során benyújtott értékeléseket, az online szakmai értékelést, valamint a végső értékelést archiválja és 5 évig megőrzi. A zsűrizés során tett nyilatkozatok (a zsűritag értékelése) bizalmas információnak minősülnek, azokat sem a pályázó, sem pedig egyéb harmadik személy részére nem adja ki. A zsűrizés során tett nyilatkozatok hatósági eljárás során megismerhetőek, azonban minden esetben az üzleti titokra vonatkozó szabályok szerint kerülnek benyújtásra az eljáró hatóság felé.
- 18) A végeredmény a Business Days gálaestjén kerül bejelentésre, majd ezt követően sajtóanyagban megjelentetésre, és a Trade magazin következő lapszámában összefoglaló beszámolóban is megjelenik.

Értékelési szempontok (ajánlások) és pontszámok az értékesítési pontok esetén:

Pályázat egyedisége (Az ideiglenes és állandó jellegű designelemek mennyiben adnak egyedi jelleget a boltnak)	Megjegyzés
A bolt makro-környezetének vizsgálata, a bolt megközelíthetősége, parkolási lehetőség, zöldfelület mértéke a parkolók esetén, a bolt megközelítését segítő táblák, reklámanyagok.	
A bolt mérete, belső kialakítása (árútér, raktár, gondolák, pénztár), a bejárat és környezete, a kassza környezete, az árúkészlet kihelyezése, elérhetősége, a kosárkialakítás.	

A bolt berendezési tárgyai mennyiben tartalmaznak egyedi elemet a hálózat többi egységéhez viszonyítva, az eltérés miben jelenik meg, mennyiben illeszkedik a bolthálózat általános kialakításához.	
A boltban kialakított látványelemek mennyiben biztosítanak harmonikus környezetet a vásárlók számára, az árukészlet mennyiben igazodik a bolt méretéhez, az árukészlet kihelyezése mennyiben logikus, mennyiben fogyasztóbarát.	
Pontszám: 1-10 (ahol 1 a legkevésbé, 10 a leginkább)	

Esztétikum és hangulat (Itt azt kell megvizsgálni, hogy az értékesítési pont és célcsoportja között mennyire talál harmóniát. A sugárzott hangulat, az egyes eszközök, tárgyak, berendezések mennyire lehetnek tetszetősek az elérni kívánt vásárlók számára. A reklámanyagok (amennyiben vannak) szervesen illeszkednek-e az üzlet berendezéséhez.)	Megjegyzések
A bolt színvilága mennyiben egyedi és mennyiben illeszkedik a hálózat, termékkör értékesítéséhez. A bolt színvilága mennyiben „trendi” és mit sugall.	
A bolt külső kialakítása mennyiben illeszkedik a makro-környezethez.	
A bolthoz kapcsolódóan történtek-e átalakítási munkálatok, ha igen, akkor a korábbi kialakítást milyen koncepció útján alakították át.	
A világítás mennyiben természetes, illetve amennyiben nem természetes, úgy mennyiben vásárlóbarát és mennyiben biztosítja a megfelelő eligazodást.	
A funkcionális elemek (kamerák, csövek, tűzoltó elemek, épületgépészeti elemek) mennyiben észlelhetőek, illetve mennyiben illeszkednek a környezetbe, mennyiben segítik / rontják a bolt belső kialakítását.	
A bolt mennyire szellős, illetve zsúfolt.	
Van-e olyan látványelem, amely nem illeszkedik a bolt látványvilágába, illetve attól idegen.	
A reklámanyagok mennyiben egységesek / egyediek, mennyiben járulnak hozzá a sikeres értékesítéshez	
Pontszám: 1-10 (ahol 1 a legkevésbé, 10 a leginkább)	

Siker és hatékonyság (Itt azt kell megvizsgálni, hogy a megvalósított koncepció találkozott-e a célcsoport elvárásaival, a befektetés sikeresnek mondható-e a tervezettek alapján, és üzleti szempontból mennyire mondható értékteremtő projektnek.)	Megjegyzések
A vásárlók száma milyen módon alakult a nyitás óta/az elmúlt 12 hónapban.	
Nyitással/újrainytással kapcsolatosan volt-e speciális promóciós aktivitás, ha igen, akkor mennyiben volt sikeres, a siker miben mérhető.	
Az értékesítési pont mennyiben tekinthető sikeresnek: milyen a látogatottsága, van-e a panaszkönyvben bejegyzés a bolt kialakításával/működésével/személyzetével kapcsolatosan	
Az értékesítési pont működési összevehető-e a vállalkozó egyéb kereskedelmi egységeivel, azokhoz képest mennyiben tekinthető sikeresnek a kereskedelmi egység működése	

A kereskedelmi pont működése mennyiben felel meg a korábbi elvárásoknak (látogatószám, vásárlói kosár kialakítása)	
Pontszám: 1-10 (ahol 1 a legkevésbé, 10 a leginkább)	

Átláthatóság és praktikum (Itt azt kell megvizsgálni, hogy a termékek elrendezése, megjelenítése mennyire átlátható, logikus, praktikus. A design nem ment-e a praktikum rovására?)	Megjegyzések
A termék / árutér aránya mennyiben tekinthető praktikusnak.	
A termékek kihelyezése mennyiben vásárlóbarát, mennyiben segíti a könnyű eligazodást, mennyiben veszi figyelembe a fogyatékos vásárlókat, illetve milyen vásárlást könnyítő egyedi kialakítások vannak.	
A kosaras / kocsis vásárlás mennyiben praktikus, a vásárlók közlekedése mennyire egyszerű és mikor nehézkes	
Vannak-e olyan berendezések, eszközös, amelyek a vásárlási élményt növelik, hogyan:	
Pontszám: 1-10 (ahol 1 a legkevésbé, 10 a leginkább)	

Értékelési szempontok (ajánlások) és pontszámok az üzletláncok esetén:

Piaci eredményeinek, sikerek (Itt azt kell megvizsgálni, hogy az adott pályázatban leírt piaci eredményekkel az adott vállalat a többihez képest mennyiben mondható sikeresnek).	Megjegyzések
Boltszám (boltméret) vs. árbevétel	
A boltok eloszlása, országos lefedettség kérdése	
Termék portfólió bemutatása (növelés / kivonás mértéke, okai)	
Vásárlószám változása	
Elismerések szakmai szervezetekben, egyéb kitüntetések	
Támogatások pályázat alapján (sikeres, vagy nem támogatott pályázatok bemutatása)	
Pontszám: 1-10 (ahol 1 a legkevésbé, 10 a leginkább) az utolsó naptári évre vissza	

Fejlesztési célok és eredmények (Itt azt kell megvizsgálni, hogy az adott pályázatban bemutatott különböző területet érintő fejlesztési célok és eredmények mennyiben jelentenek a többi versenyzőhöz képest értéket).	
Milyen jellegű expanzió (logisztika, marketing, munkavállalók képzése, online, kereskedelmi együttműködések) volt az elmúlt 12 hónapban.	
A fenntarthatóság esetén milyen aktivitások voltak, a tervezett aktivitásokhoz képest melyek valósultak meg. Főbb végrehajtott	

fejlesztések (CSR, fenntarthatóság, környezetvédelem, után követhető gyártási folyamatok, hazai beszerzés lehetőség szerint)	
A munkavállalók megtartása, képzése, hátrányos helyzetű munkavállalói csoportok bevonása, well-being és juttatási rendszer fejlesztése terén milyen intézkedések születtek	
Digitalizáció, tudásközpont fejlesztés, regionális szerep, tudásexport	
Az ESG szempontrendszer mennyiben épült be a társaság működésébe, mennyire hangsúlyos kommunikációban, továbbá ennek körében pontosan milyen jellegű fejlesztések zajlottak le. Amennyiben ilyen jellegű válasz van, úgy kategóriánként („E”-„S”-„G”) mutassa be a jelentősebb intézkedéseket	
Automatizáció (kiszolgálás, logisztika, raktározás, működés területén), ezek mennyiben hatottak ki a vásárlói élményre, mennyiben tekinthetők példa értékűnek, illetve követendőnek. Mennyiben jelent mindez meg a vásárlói edukációban, illetve mennyiben biztosítottak esélyegyenlőséget az információtechnológiai szempontból kevésbé képzett vásárlók részére.	
Pontszám: 1-10 (ahol 1 a legkevésbé, 10 a leginkább)	

Pályázó tevékenységének, működésének értékelése, a megfelelésség biztosítása (Itt azt kell megvizsgálni, hogy a pályázatban összességében bemutatott aktivitás a piac többi szereplőjéhez képest, mennyiben volt kimagasló, megkülönböztető, példaértékű).	Pontszám: 1-10
Mennyiben találkozik a vásárlói elvárásokkal a működés, az expanzió által érintett területeken mennyiben telített a piac (mekkora a konkurencia), mennyiben tekinthető az adott értékesítési pont hiánypótló jellegűnek	
A termék portfólió mennyiben reflektál az aktuális fogyasztói igényekre, a termékfejlesztés mennyire hatékony és mi a forrása, a modern táplálkozási/életviteli kultúra mennyiben kerül kielégítésre / beépítésre, illetve mindez hogyan jelenik meg a marketing aktivitásban.	
Sajátmárkás termékek hogyan pozícionálják a pályázót, mennyiben illeszkedik a bolt termékportfóliójához, mennyiben segíti elő más termékek értékesítését.	
A fenti feltételek mennyiben különböznek meg a piacon működő egyéb cégek működési feltételekről.	
A cég működésében mennyiben játszik központi szerepet a megfelelésség (compliance) biztosítása, ennek milyen konkrét megjelenése van.	

Köszönjük közreműködését!

Üdvözlettel:

Grabowski Kiadó Kft.
Szervező