

Avis client ou « robustesse du vrai », moteur de croissance des entreprises

Les avis clients contrôlés par un protocole unique certifié ISO 20252 : voilà qui devrait intéresser de nombreuses entreprises ! C'est la raison d'être de la société Plus que PRO, fondée en 2014 de l'association de deux entrepreneurs alsaciens. Rencontre avec Grégory Regouby, un de ses créateurs.

La société Plus que PRO est née en 2014 de la rencontre de deux acteurs économiques alsaciens : l'agence web Webcd, qui depuis 19 ans conseille et définit la stratégie marketing de ses clients et le Groupe Sereliance, un précurseur de la satisfaction clients depuis plus de 50 ans. Plus que PRO est souvent cité comme « le » spécialiste, pour les entreprises, des avis clients contrôlés par un procédé unique en Europe, certifié ISO 20252. La société répertorie ainsi les Meilleures Entreprises de France du secteur de l'habitat et des services (pour les particuliers et professionnels) sur la base de la satisfaction « réelle » de leurs clients. Elle constitue, au fur et à mesure, un portail d'entreprises les plus qualitatives du pays. Un créneau qui inspire et qui a vocation à se déployer. « Plus que PRO apparaît aujourd'hui comme une référence en matière d'avis clients dans le monde de l'entreprise. La société gère actuellement plus de 1000 sites web qui accueillent plus de 14 millions de visiteurs uniques en France », explique Grégory Regouby qui veut « créer le réseau des Meilleures Entreprises de France des secteurs de l'habitat et des services sélectionnées sur la base de leurs avis clients, contrôlés par un process certifié ISO 20252 par Afnor Certification. Nous ne publions que de vrais avis, bons ou mauvais, rédigés par de « vrais » consommateurs ayant de manière certaine eu recours aux services de l'entreprise. Les clients peuvent ainsi se baser sur des faits avérés et les entreprises se développer et préserver leur e-réputation. L'objectif est de créer un « label » d'identification des entreprises de qualité, basé sur leur savoir-faire et sur le retour de satisfaction de leur client », détaille encore le dirigeant. « Grâce à nous, le consommateur trouve plus facilement des entreprises compétentes via un indicateur de confiance concret et les entreprises mettent en avant leur professionnalisme, trouvent de nouveaux clients et se démarquent de leurs concurrents. Nous valorisons l'expérience client pour la transformer en preuve, en gage de qualité », poursuit-il.

Un concept inédit et complet

« Le consommateur, ce qu'il cherche, c'est de l'authenticité. Il ne veut pas de belles promesses ou que l'entreprise ou le produit



>Grégory Regouby

soit parfait mais il veut avant toute chose, de la transparence. En lui donnant cette authenticité et cette transparence, c'est de cette façon que l'entreprise augmentera son activité et donc son chiffre d'affaires. C'est ce que j'appelle la robustesse du vrai », explique Grégory Regouby, qui ajoute qu'un autre avantage s'offre aux entreprises : « La régularité de la récolte des avis, le contenu des consommateurs et la géolocalisation sont valorisés par des moteurs de recherche comme Google qui s'appuient sur ces principes pour un bon référencement des produits. Cette gestion et ce développement de l'avis client permettent de générer du contact nouveau pour l'entreprise. » A lui de finir : « La preuve est devenue la monnaie du XXI^e siècle ». Plus que PRO, qui emploie une cinquantaine de collaborateurs, propose une offre unique en Europe de contrôle des avis clients et de mise en place d'une stratégie de développement du chiffre d'affaires (coaching personnalisée) à l'attention des entreprises. Son concept a déjà séduit plus de 4 000 entreprises. De la TPE locale à la multi nationale (Renault, Axa, But...) en passant par le monde de la franchise. « Notre société est un concept inédit et complet qui s'appuie sur une méthode de coaching et de recueil des avis

clients, unique en Europe. Le tout, associé à une visibilité importante sur la toile (14 millions de visiteurs uniques en France) n'a aucun équivalent en France, ni en Europe », dit encore Grégory Regouby pour expliquer sa différence avec ses concurrents. « La consultation d'avis clients en ligne est devenu un automatisme chez les consommateurs-internautes. Qu'il s'agisse de trouver un bon resto ou une entreprise pour effectuer des travaux de rénovation, les avis, véritables comme biaisés, sont partout et évoluent tout le temps », ajoute Grégory Regouby qui rappelle, enfin, que 92% des Français douteraient de l'authenticité des avis en ligne selon un sondage Opinion Way pour Trusted Shops. « En effet, il est aujourd'hui très difficile, voire impossible, pour les consommateurs de démêler le faux du vrai. Dans la même veine, on ne compte plus le nombre d'entreprises dont l'e-réputation a été bafouée à tort à cause de faux avis clients volontairement malintentionnés », commente-t-il. Pour lui, « le secteur des avis clients est en mal de transparence et souffre d'un manque de confiance chronique ». Les avis clients, c'est plus que... pro !

Chiffres clés

- **50** : le nombre de collaborateurs
- **½ milliard** : c'est le chiffre d'affaires généré pour les membres du réseau par an (en évolution constante)
- **1000** : sites Internet sont actuellement gérés par Plus que PRO
- **14 millions** : c'est le nombre de visiteurs uniques français (23 millions dans le monde) qui se sont rendus sur l'un des sites de la constellation

