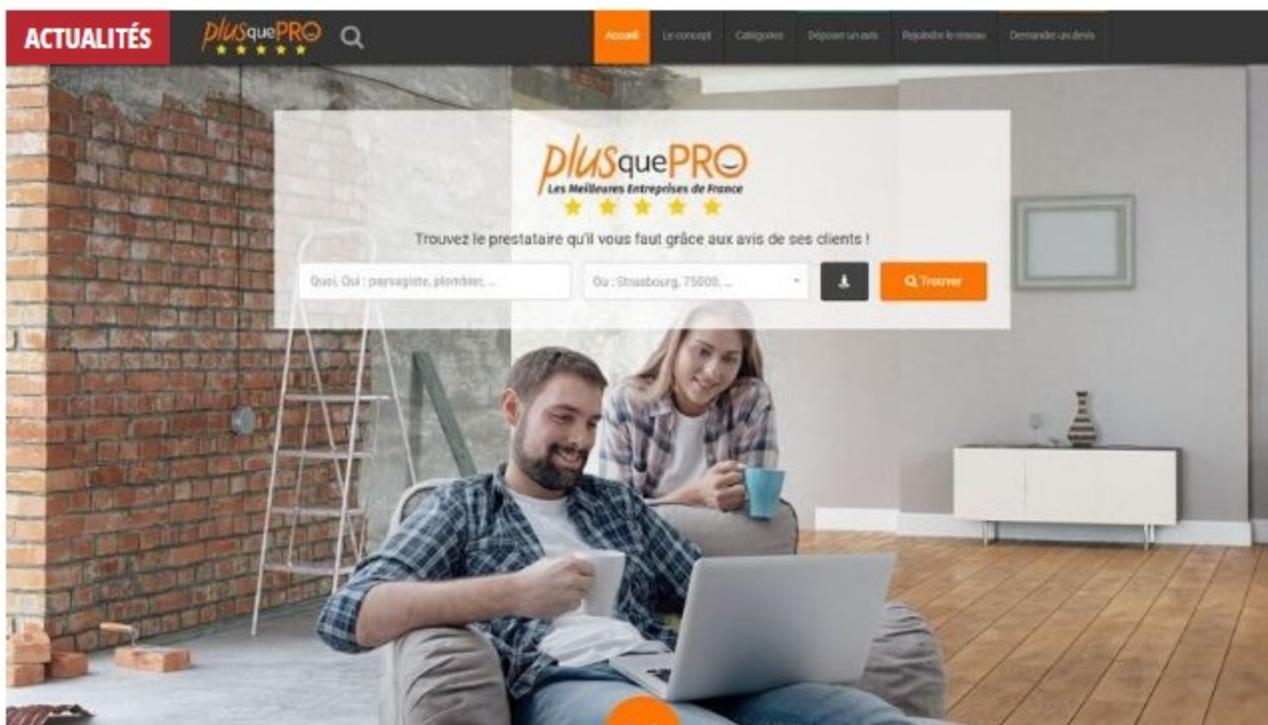


INFO EXPRESS >> CORONAVIRUS : CONSERVEZ LE LIEN AVEC VOS ÉQUIPES !

Plus que Pro : "Nous recherchons des candidats qui aiment les relations humaines"

lundi 23 mars 2020, par [Camille Boulate](#)

Spécialisé dans les avis clients, Plus que Pro s'est lancé en réseau il y a deux ans. Aujourd'hui, une trentaine de licenciés ont rejoint l'enseigne dont l'objectif est de permettre aux entreprises locales de se développer en misant sur la satisfaction de leur clientèle. Explications avec Grégory Regouby, président et co-fondateur de Plus que Pro.

Qu'est-ce Plus que Pro ?

Nous sommes l'équivalent d'un TripAdvisor pour tout ce qui est achats engageants ou anxiogènes pour les consommateurs. Nous sommes très orientés services aux entreprises, comme la recherche d'un expert-comptable, et bâtiment telle que la rénovation de l'habitat (fenêtres, isolation, piscines, etc.) Autant d'achats qui peuvent être anxiogènes mais qui sont importants pour les consommateurs. Ces derniers, dans leur parcours d'achat, sont lassés de toutes les promesses qui ne sont pas tenues notamment de la part des artisans. Pour tous ces achats, nous pouvons réellement contrôler d'où vient l'avis client et l'authentifier. Grâce à notre solution, nous rassurons les consommateurs et nous permettons aux entreprises de se développer grâce à la **satisfaction client**. Chaque année, notre portail comptabilise plus de 20 millions de visiteurs. Cela apporte de la visibilité aux entreprises, pour lesquelles nous élaborons également un site dédié.

Quel est le savoir-faire transmis aux licenciés de marque ?

Nous transmettons avant tout un projet de valeur qui est de protéger les consommateurs tout en aidant les belles entreprises à se développer. Nous transmettons ensuite des outils importants qui permettent de proposer des solutions de digitalisation et d'avis clients auprès d'entreprises. Le premier rôle de nos licenciés est alors de sélectionner ces entreprises pouvant utiliser la solution et donc de nouer des partenariats avec elles. Pour être utilisateur de la solution, la société doit exister depuis plus de 3 ans et afficher un chiffre d'affaires de 200 000 euros minimum. Le travail du licencié est d'identifier les entreprises qui peuvent être utilisatrices de Plus que Pro et les convaincre de la valeur ajoutée pour leur activité.

Quel est le travail de vos partenaires sur le terrain ?

Outre ce travail de prospection et de partenariats, les licenciés de marque accompagnent au long terme les chefs d'entreprise. **L'objectif de Plus que Pro** est de soutenir les entreprises dans leur développement et de les faire grandir. Ainsi, le licencié doit appeler au moins une fois par mois chaque chef d'entreprise utilisant la solution pour s'assurer du bon fonctionnement de celle-ci mais également les aider à comprendre les avis des consommateurs. Nous les accompagnons, par exemple, lorsqu'un client a fait part de sa mauvaise expérience en les aidant à comprendre pourquoi il y a eu un commentaire négatif et à gérer le SAV auprès de ce consommateur.

Quel est le chiffre d'affaires espéré pour un licencié ?

Aujourd'hui, dans le réseau, nous sommes sur une moyenne de 100 000 à 120 000 euros de chiffre d'affaires annuel. Au lancement de l'activité, nos licenciés ont très peu de frais et démarrent seuls, bien souvent en home office. Ensuite, il y a une montée en puissance progressive qui permet aux licenciés d'augmenter ses revenus et de pouvoir embaucher des commerciaux.

Comment se compose le réseau ? Quels sont vos objectifs de développement ?

Nous avons, à date, une trentaine de licenciés de marque dans notre réseau, situés un peu partout en France. Nous avons accueilli 16 nouveaux partenaires l'année dernière et prévoyons, initialement, de recruter 25 nouveaux franchisés cette année. Mais avec la **crise du coronavirus**, nous ne savons pas anticiper l'impact que cela aura sur nos prochaines ouvertures.

Quels profils de licenciés recherchez-vous ? Quelles localités visez-vous en priorité ?

Nous recherchons des candidats qui aiment les relations humaines et qui ont le sens du développement commercial. Il faut également aimer convaincre et comprendre la réticence que peuvent avoir les dirigeants d'entreprise de se digitaliser. Concernant les zones géographiques, nous sélectionnons d'abord des Hommes. Car ce sont les profils qui déterminent les secteurs où nous nous implantons, jamais l'inverse.



Camille Boulate

Suivre



Cet article parle de : avis client développement Grégory Regouby juniors licence de marque Plus que Pro