

LE JOURNAL DES ENTREPRISES

BAS-RHIN NUMÉRIQUE

Plus que Pro se lance en franchise

Par Adeline Foucault, le 16 janvier 2018

Plus que Pro, c'est l'une des pépites d'un groupe pluriel et atypique, Séréliance, à Schiltigheim. L'entreprise, dont le cœur de métier est l'évaluation de la satisfaction client, se lance en franchise pour accélérer son développement à l'échelle nationale.



▲ Plus que Pro emploie près de 75 personnes. — Photo : Séréliance

Pour rester au plus proche de ses adhérents, Plus que Pro s'est d'abord développé localement. Le service de notation des professionnels par leurs consommateurs souhaite aujourd'hui proposer ses services à l'échelle nationale en s'appuyant sur un réseau de franchisés. Le cahier des charges est

établi et les premiers contacts en cours. « Nous recherchons des amoureux du digital, de la relation clients. Des commerçants et entrepreneurs », indique Grégory Régouby, le PDG du groupe Séréliance, à Schiltigheim, dont fait partie la société. Le développement international se poursuit également avec un objectif de quatre nouveaux pays couverts en 2018.

Plus de 4000 entreprises adhérentes

Plus que Pro, c'est l'une des pépites de ce groupe pluriel et atypique, Séréliance, qui regroupe près de 30 entreprises (dans la sécurité et la protection, l'immobilier, le bâtiment, mais avec aussi un pôle finance et un pôle digital) dans des locaux flambants neufs à L'Espace européen de l'entreprise.

Le groupe emploie 150 personnes dont la moitié pour Plus que Pro. Sans dévoiler son chiffre d'affaires, Grégory Régouby annonce une croissance de près de 4000% ces quatre dernières années et vise une augmentation de son chiffre d'affaires de l'ordre de 30% cette année. Sept ans après sa création, ce service affiche selon son dirigeant des résultats plus qu'encourageants. « Nous comptabilisons ces 12 derniers mois plus de 15 millions de visiteurs uniques en France et 10 millions de plus à l'international dans huit pays », se félicite-t-il. Le service compte déjà plus de 4000 entreprises adhérentes (des entreprises du bâtiment, de l'habitat et des prestataires de service).

Des avis très contrôlés

La clé du succès selon Grégory Régouby ? Une sélection très rigoureuse des entreprises du réseau. Ainsi qu'un contrôle drastique des commentaires de consommateurs qui doivent avoir réellement éprouvé le service pour en garantir la véracité. « Nous avons corrigé les écueils des sites de notation de l'hôtellerie et de la restauration, estime-t-il. Celui-ci estime à plus de 500 millions le chiffre d'affaires généré par les entreprises du réseau grâce à son service de notation.

MOTS-CLÉS

SERVICES

DÉVELOPPEMENT