

DNA Circuits courts et recommandations ont le vent en poupe

Si la E-réputation peut se révéler destructrice, elle peut aussi servir l'entreprise. Plus que Pro recense ainsi les meilleures expériences de consommateurs de France pour le compte de ses adhérents. La crise actuelle renforce cette tendance de recherche de recommandation et de préférence des circuits courts.

Par **Christophe Niess** - 06:00 - Temps de lecture : 2 min

Vu 83 fois



Diverses actions ont été mises en route pour traverser la période imposée du télétravail de la grande majorité de la centaine d'employés de Plus que Pro au siège à Schiltigheim et au pôle digital à Obernai. Photo/capture d'écran



Le consommateur est roi. Encore faut-il le rappeler. Plus que Pro, avec sa centaine de salariés répartis entre le siège à Schiltigheim et le site de production digitale à Obernai, en a fait son fer de lance depuis sa création en 2013. Leader national d'avis clients sur des entreprises, elle assure la promotion des expériences positives. Cette stratégie de communication repose sur « un monde plus que jamais de preuves, intégrant les expériences clients, l'insatisfaction masquée ou les attentes de consommateurs », explique Grégory Regouby, le président de la SAS.

« L'esthétique d'une finition, la plus petite qui soit, peut se révéler parfois primordiale »



Ads by Teads

Culture de la transparence, elle prend en compte à la fois les aspects qualitatifs propres aux produits et services de domaines aussi variés que le bâtiment, la restauration, l'assurance ou l'automobile, et la satisfaction client pour lequel « l'esthétique d'une finition, la plus petite qui soit, peut se révéler parfois primordiale ». L'accès aux informations sur la toile voit « neuf consommateurs sur dix effectuer des recherches [qualitatives et de juste prix] avant achat, mais seulement deux entreprises sur dix en ont conscience ».

Cette carte de visite a tout son sens pour les circuits courts, renforcée par la crise du Covid, car gage de confiance. « Face à la résistance au changement, nous avons trouvé le vaccin en nous adaptant et nous réinventant, affirme le président de Plus que Pro. Nous comptons désormais quelque 18 millions de visiteurs uniques annuels sur notre plate-forme, soit plus de 20 % de la population française ».

Une plateforme « marketplace »

Comme petit plus totalement gratuit pour ses adhérents et sans retour sur ventes, afin de traverser la crise économique actuelle, la société a créé une plateforme « marketplace » de produits de ses « meilleures entreprises de France ». Développée durant le confinement, sa mise en circuit a ainsi été accélérée de près d'un an. Par contre, l'entreprise qui connaît des développements de « 30 à 40 % d'augmentation de chiffre d'affaires annuels » devra attendre le dernier trimestre 2021 pour entrer dans ses nouveaux locaux de 2 000 m² à Obernai, du fait de retards de chantier. Mais elle est désormais rodée au télétravail.

Newsletter de la région

Recevez gratuitement tout l'information de votre région

Input field for email address with an 'OK' button.

À lire aussi



Sponsorisé

La Poste
J'adore voir maman se dépasser aux mots fléchés