

Créez votre propre entreprise en franchise !

APPORT :
100 000 €

CA :
NC

Plus d'infos >>

[Accueil LSA](#)
[Entreprises](#)

Plus que Pro rachète l'indicateur de la franchise

JÉRÔME PARIGI | FRANCHISE, COMMERCE, COMMERCE SPÉCIALISÉ (BOUTIQUES, FRANCHISES)

PUBLIÉ LE 09/02/2016

[TWITTER](#)
[FACEBOOK](#)
[LINKEDIN](#)
[GOOGLE +](#)

La société alsacienne plus que Pro va rendre public ce mardi 9 février 2016 son rachat de l'indicateur de la franchise bien connu pour ses audits de satisfaction de franchisés.



Les cookies assurent le bon fonctionnement de nos sites et services. En utilisant ces derniers, vous acceptez l'utilisation des cookies.

[En savoir plus](#)

Parmi les réalisations de l'Indicateur de la franchise, sa contribution au colloque qu'il co-organisait depuis 4 ans avec la caisse d'Epargne (ici à Lyon en octobre 2015).

TOUTE LA FRANCHISE



Plus de 1800 concepts éprouvés vous attendent

CRÉEZ VOTRE ENTREPRISE

1^{ère} plateforme de mise en relation
entre réseaux et candidats à la franchise
Découvrez toutes nos opportunités de création d'entreprise
www.toute-la-franchise.com



Créer son entreprise et devenir franchisé
Toute-la-franchise.com

1^{ère} plateforme de mise en relation
entre réseaux et candidats à la franchise
Découvrez toutes nos opportunités de création d'entreprise
www.toute-la-franchise.com

Plus que PRO, une entreprise alsacienne spécialisée dans les avis clients pour entreprises, compte considérablement développer l'Indicateur de la Franchise (IDLF, qui se revendique comme le 1er site d'études de Réseaux de Franchises), dont il vient procéder à l'acquisition pour une somme que les acquéreurs n'ont pas souhaité communiquer.

Le bouche à oreille comme fer de lance

"En plus des enquêtes Franchiseurs/Franchisés commercialisées sous la marque L'Indicateur de la Franchise, Plus que PRO va apporter aux franchisés et aux réseaux 3 axes majeurs de développement, indique le repreneur dans un communiqué : une démultiplication de leur bouche à oreille ; une augmentation du taux de signatures des offres/devis et, en prime, un suivi en temps réel de la satisfaction des clients des franchisés (avec un des outils faciles à appliquer et éprouvés et un coaching personnel)." Le postulat de Plus que PRO est que si la recommandation (les avis clients) s'est généralisée dans le secteur de l'hôtellerie / restauration (Tripadvisor, Booking, La Fourchette) et l'e-commerce, elle manquait dans le monde de l'entreprise et donc dans le monde de la franchise.

"On va redonner une nouvelle dimension à IDLF", indique à LSA Sacha Goepp, associé et directeur multimédia de l'entreprise alsacienne. Selon lui, le potentiel de développement d'IDLF couplé à Plus que PRO est "énorme car la concurrence étant de plus en plus vive dans la franchise, les coûts d'acquisitions des franchisés étant de plus en plus élevés, les réseaux ont plus que jamais besoin de sortir d'un contexte concurrentiel. Seuls les réseaux capables d'apporter des preuves seront en mesure de poursuivre efficacement leur développement. Parce qu'il faut être une bonne franchise pour recruter de bons candidats. Ça doit se dire et ça doit se voir."

200 enquêtes pour IDLF

A ce jour, IDLF traitait un volant de 200 enquêtes de satisfaction indiquent les repreneurs, volant qu'ils espèrent considérablement développer.

Ci-après **les données du dernier baromètre annuel de l'Indicateur de la franchise publié fin 2014**

Plus de 8 franchisés sur 10 satisfaits

Taux de satisfaction par thèmes, en 2012, 2013 et 2014, en %, et évolution 2014/2013, en pts

Source : Indicateur de la franchise

TAUX DE SATISFACTION GLOBALE (29 QUESTIONS)



Aide au démarrage



Attention à la formation Ces questions obtiennent plus de 85 % de réponses positives (+ 3 pts par rapport à 2013). Néanmoins, le jugement sur la formation initiale proposée recule de 1,5 pt (90,5 %), celui sur la formation des salariés recule aussi de 1 pt (78 %), tout comme l'aide à la recherche d'un local (80 %), alors que la satisfaction sur les études d'implantation stagne (85,8 %).

Fonctions support



Des enseignes portées par la publicité et l'animation Les franchisés jugent positivement les efforts engagés en matière de publicité cette année (+ 9 pts, à 68 %), ainsi qu'en termes d'animation interne (+ 6 pts, à 70 %). Ces dispositifs semblent être utilisés pour faire face aux difficultés de la conjoncture économique actuelle. À noter, les - 2 pts sur la qualité produits et sur la logistique (92 % et 78 %).

Relation avec la tête de réseau



Au sommet du baromètre La relation avec le franchiseur est un des points les plus positifs du baromètre, avec, pour la deuxième année, le plus fort taux de satisfaction. Il faut cependant noter la baisse de 3 pts (94 % en 2013, contre 91 % en 2014) concernant le respect par le franchiseur de la zone de chalandise et de l'exclusivité territoriale du franchisé.

Réussite et moral



Ils persistent et signent presque tous C'est l'une des grandes surprises du baromètre, les cinq questions de ce chapitre progressent de 6 pts. L'optimisme dans l'avenir du réseau, le taux de recommandation et le taux de résiliation gagnent respectivement 9,8 et 7 pts, à 91 %, 86 % et 87 %.

Fonctionnement quotidien



La solidarité fait défaut Les quatre thèmes qui composent ce chapitre sont les moins bien notés de tout le baromètre. Et parmi eux, la notion d'entraide ne dépasse pas 45 % de satisfaction, soit le chiffre le plus bas de l'étude. Néanmoins, les franchisés les plus récemment entrés dans le réseau en ont une meilleure perception que ceux présents de longue date.

MÉTHODOLOGIE


Le Baromètre Caisse d'épargne-L'Indicateur de la Franchise 2014 a porté sur 1 172 franchisés interrogés anonymement sur vingt-neuf thèmes dans 24 réseaux audités par l'Indicateur de la Franchise entre août 2013 et juillet 2014. Ces thèmes ont eux-mêmes été regroupés en cinq grandes parties présentées ici. Les résultats complets thème par thème sur LSA.FR



1^{ère} plateforme de mise en relation
entre réseaux et candidats à la franchise
Découvrez toutes nos opportunités de création d'entreprise
www.toute-la-franchise.com

RÉAGIR

EFFECTUER UNE AUTRE RECHERCHE



A LIRE AUSSI



Comtesse du Barry
repassa à l'offensive
en franchise



Gant et Aigle
ensemble sur le
salon de la Franchise
2016



Les 5 concepts de
restauration les plus
porteurs



Le Mapic, terre de
projets et de
tansactions pour la
franchise

ESPACE ABONNÉ

Mon compte

Newsletters

Accès aux magazines

Base Marchés PGC

NOUVEAU !

Base Magasins

NOUVEAU !

Base Centrales d'achats

NOUVEAU !

Contact

Rubrique

**Découvrez comment
protéger votre trésorerie**

Proposée par  EULER HERMES

