

# **T-Cuento récompense à Naturhouse avec son outil phare de Retail Intelligence®**

***Vendredi 31 Janvier 2014 10:14***

T-Cuento offre à Olivier Roques de Naturhouse, gagnant du Trophée CEDRE du Meilleur Directeur de réseau 2013, trois outils de Retail Intelligence® qui seront destinés à l'analyse de la performance de trois points de vente Naturhouse de Paris. Pendant un an, les franchisés Naturhouse vont pouvoir bénéficier d'un nouveau savoir-faire acquis à travers la connaissance du comportement du trafic piéton dans les points de vente Naturhouse.

Mercredi dernier, lors du 13ème congrès des Franchiseurs et Directeurs de Réseaux, a également eu lieu la remise du trophée CEDRE qui reconnaît le Meilleur Directeur de Réseau 2013. C'est la 20ème année consécutive que le CEDRE et Franchiseland, Club Européen des Directeurs de Réseau et centre d'accueil des professionnels de la franchise, remettent ce trophée et manifestent leur reconnaissance à un professionnel et à une enseigne de la franchise.

La soirée s'est déroulée dans une ambiance conviviale et des professionnels du secteur sont intervenus autour du sujet du Savoir-Faire et des Actifs Incorporels. Parmi les enseignes présentes, des franchises telles que Finsbury, le groupe Vivarte, Jardiland, Fnac, Mobilier de France, entre autres, ainsi que Naturhouse et des acteurs du secteur tels que Media Corner, Clear Channel, Vogel&Vogel et T-Cuento, entre autres, ont assisté à ce rendez-vous incontournable pour les professionnels de la franchise et du retail.

Pour clôturer cette rencontre et dans le suivi de la tradition du CEDRE et de ses membres, l'organisation a remis son trophée annuel au Meilleur Directeur de Réseau 2013. Le Meilleur Directeur de Réseau 2012 a révélé l'impétrant 2013 qui est l'enseigne de franchise Naturhouse, spécialiste dans le secteur de la diététique et des conseils en alimentation.

Actuellement, Naturhouse est présent en France depuis 2006 mais ce n'est que depuis 4 ans environ que l'enseigne connaît une croissance phénoménale. Aujourd'hui, Naturhouse compte déjà environ 400 points de vente répartis dans toute la France. Protagoniste d'une croissance ambitieuse qui augmente sans répit, Naturhouse a fait preuve en 2013 du savoir-faire de ses professionnels ainsi que de leur rigueur et enthousiasme.

Les points de vente Naturhouse sont des magasins où l'on peut acheter tous types de produits diététiques et des compléments alimentaires. Un service de consultation personnalisé avec des experts en nutrition est proposé en parallèle. Les consommateurs de produits et du concept Naturhouse sont des personnes qui souhaitent changer leurs habitudes d'alimentation et perdre du poids.

T-Cuento, partenaire du CEDRE et Franchiseland, a également récompensé la bonne gestion du réseau Naturhouse en offrant à Olivier Roques, Directeur de Réseau, son outil phare de Retail Intelligence® pour trois points de vente Naturhouse de Paris. Avec TC-Store, outil conçu et développé par T-Cuento, Naturhouse va pouvoir bénéficier pendant un an, à compter de l'installation du système de Retail Intelligence®, d'une vision globale de tout ce qui se passe dans les trois points de vente sélectionnés. Avec TC-Store, les franchisés Naturhouse vont pouvoir connaître le nombre de clients qui passent devant leurs points de vente, combien d'entre eux entrent dans le magasin, leur temps d'attente et combien repartent sans avoir rien acheté ni consulté. Avec ces données, les franchisés vont pouvoir trouver des leviers d'améliorations de leurs magasins afin de trouver des nouvelles opportunités et d'augmenter leur rentabilité. TC-Store va permettre

Naturhouse d'acquérir un nouveau savoir-faire pour le succès de la continuité du réseau.

TC-Store est un outil de gestion qui permet aux retailers de connaître et analyser le comportement du trafic piéton à l'intérieur et à l'extérieur de ses établissements tout en offrant tout type de taux de transformation, en plus de l'occupation moyenne des magasins à chaque période de la journée ou le temps moyen de séjour, entre autres données.

Plus d'informations sur T-Cuento

Fondée en 2007 et faisant partie du groupe d'ingénierie appliquée Abantia depuis 2010, T-Cuento se

positionne comme leader dans le développement d'outils de mesure et d'analyse, Retail Intelligence®, du comportement du trafic piéton à l'intérieur et à l'extérieur des emplacements commerciaux.

Depuis sa création, T-Cuento a évolué jusqu'à se convertir en une entreprise de référence dans son secteur. À travers de ce parcours, T-Cuento a obtenu la confiance de clients connus au niveau mondial dans des secteurs aussi variés que le prêt-à-porter (Diesel, Miss Sixty, Prénatal, Munich, Folli Follie, Superdry, Agatha Paris), les télécommunications (Vodafone, France Telecom, Portugal Telecom), la restauration (Danone, Tapa Tapa, Deli Shop, Panaria, Daba-Nespresso) la parfumerie (Gala, Rituals, Bob), la décoration (Casa Viva, Muy Mucho, Biosca& Botey), l'optique (Alain Afflelou, l'Òptica Universitària, Cottet, Krys), l'électronique (Sony) ; les grandes surfaces de bricolage, de jardinerie et de sport (Brico Dépôt, Fronda, Forum Sport, Trek), les entités bancaires (Banco Sabadell), les institutions publiques (Marchés Municipaux), etc.

Ayant son siège social à Barcelone et une délégation propre à Paris, T-Cuento est actuellement présent dans plus de 10 pays sur 4 continents.

<http://www.categorynet.com/communiqués-de-presse/business/t--cuento-recompense-a-naturhouse-avec-son-outil-phare-de-retail-intelligence%C2%AE-20140131215059/>