

## En 2016, Naturhouse passe la barre des 600 magasins en France.

En seulement 10 ans, avec plus de 600 magasins sur l'ensemble du territoire, Naturhouse spécialiste du rééquilibrage alimentaire a su s'imposer dans l'univers très concurrentiel de la perte de poids. Naturhouse a bâti son succès autour d'un maître mot : la relation humaine entre une spécialiste de la santé (diététicienne, nutritionniste...) et le client.

En effet, face au surpoids, la personne concernée a besoin d'être accompagnée, suivie, conseillée... afin d'aboutir non seulement à la perte de poids souhaitée mais à la stabilisation définitive.

Au-delà de cette philosophie gagnante, Naturhouse offre auprès de ses franchisés une souplesse financière incroyable :

- Pas de droit d'entrée,
- Pas de royalties,
- Pas de droit publicitaire,
- Un modèle adapté à toutes les tailles d'agglomération (grandes agglomérations et villages...),

Le franchisé est libre de toute contrainte ce qu'il lui permet d'agir de manière autonome sur son propre territoire commercial.

Aussi, grâce à un programme de formation adapté et évolutif, Naturhouse donne la capacité à ses franchisés de pouvoir approfondir leurs connaissances en matière de management, de gestion, de marketing... et de se faire aider sur le terrain via des audits techniques.

Sur 2017, Naturhouse va continuer sa croissance grâce à de l'innovation, à des nouveaux produits attendus par le marché et à des nouvelles méthodologies de formation en continue : le e-learning.

## En 2017, Naturhouse accentue ses actions digitales et son marketing.

2016 a été pour Naturhouse, l'année de son virage digitale en matière de marketing opérationnel.

En effet, l'adversité concurrentielle, les mutations des consommations des médias, la traçabilité du parcours client en amont de son action commerciale... ont conduit Naturhouse à concentrer ses efforts sur ce mode de communication.

D'un site vitrine à un site de transformation commercial, Naturhouse maîtrise de manière efficace son « Web to Shop » grâce à une meilleure présence sur la toile et sur les réseaux sociaux.

Grâce à son action e-marketing, Naturhouse génère plus de 10% de ses nouveaux clients.

Dans la continuité de ce virage, le franchiseur de la diététique a décidé de renforcer son écosystème digital en travaillant sur une application sous Android et iOS et sur une évolution de la formation grâce à une plateforme de e-learning.

Celle-ci permettra d'être plus proactive, plus riche et plus variée.

En plus de son action e-marketing, Naturhouse a décidé d'investir les chaînes de France Télévision (France 2, France 3 et France 5) sur le premier trimestre 2017 avec 3 spots en rotation qui se veulent très didactiques.