

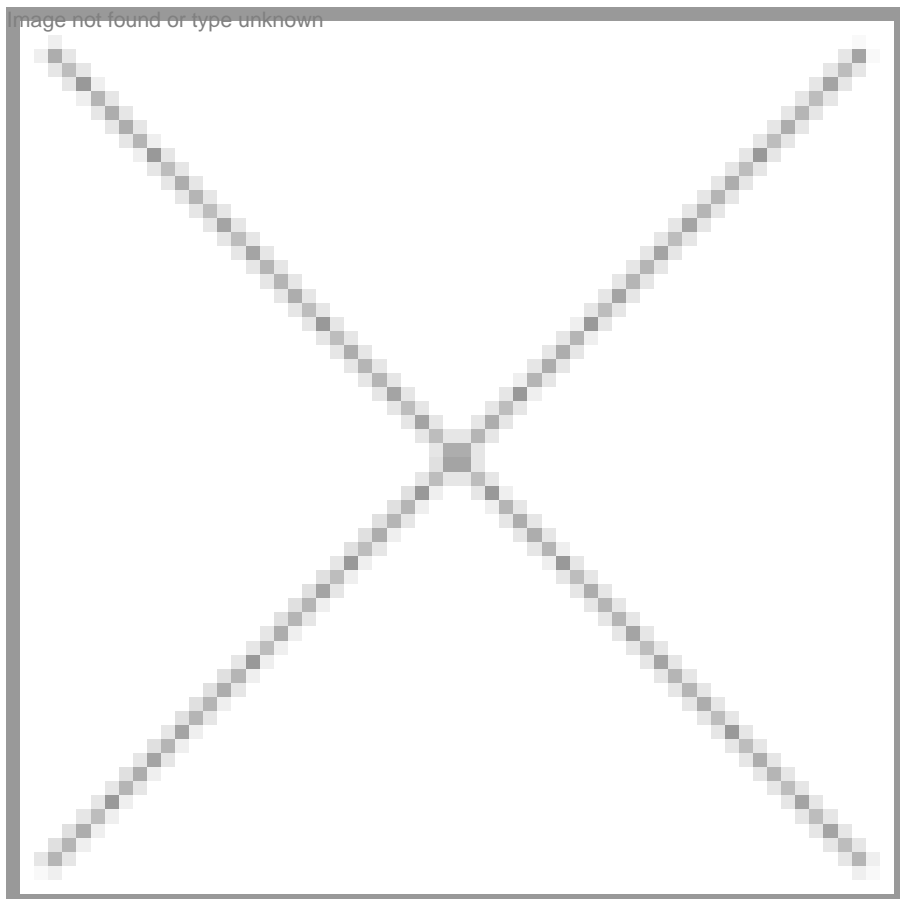
VIPros

[Accueil](#) / [BBI](#) / [Organismes professionnels](#)

Valoriser la performance

VIPros, Club de fidélité dédié aux professionnels du bâtiment, annonce l'évolution de son modèle économique afin de renforcer l'efficacité commerciale de son dispositif pour les marques partenaires.

Dans l'objectif de permettre aux industriels du secteur d'activer et de fidéliser les entreprises artisanales avec un dispositif plus mesurable, plus accessible et mieux aligné sur leurs résultats commerciaux, il propose désormais une structure tarifaire plus progressive, avec des coûts fixes réduits et une part variable davantage indexée sur le chiffre d'affaires des industriels généré via le Club. Son modèle repose sur une logique simple : plus la performance générée est importante, plus le taux de service appliqué diminue.



Dans un contexte où les marques cherchent à optimiser leurs investissements marketing et commerciaux, VIPros entend plus que jamais proposer une alternative aux opérations promotionnelles ponctuelles, souvent coûteuses et difficiles à mesurer. « Les industriels du bâtiment ont besoin de dispositifs capables de générer du chiffre d'affaires tout en maîtrisant leur risque d'investissement. Avec ce nouveau modèle, nous alignons davantage notre rémunération sur la performance réelle obtenue par nos partenaires. Notre rôle n'est pas seulement d'animer un programme de fidélité, mais de piloter avec eux un levier commercial mesurable, progressif et compatible avec les réseaux de distribution existants » explique Hugues Lecomte, Directeur Général de VIPros.

Cette évolution intervient alors que VIPros connaît une forte accélération de son activité. Sur le dernier semestre, les inscriptions mensuelles au Club ont été multipliées par quatre et le nombre de preuves d'achat enregistrées a triplé. Sur la base des résultats observés au cours des douze derniers mois, le chiffre d'affaires enregistré par les treize marques partenaires VIPros en 2026 est estimé à 18 millions d'euros.