

LA PRESSE AFFAIRES DES IDÉES QU'ON AIME

Courtier en qualité de vie

LE CONCEPT

La firme Butler's Club offre un service de conciergerie à domicile complet, personnalisé et plus abordable qu'on s' imagine.

ON AIME

Le soin que les associés prennent à recruter leur personnel, l'étendue des services offerts et leur impact sur la qualité de vie des clients.

ISABELLE LAPORTE
COLLABORATION SPÉCIALE

Un service de conciergerie privée, ça peut dépanner à tout moment. Demandez à Danny Peake, qui ne connaissait pas Butler's Club avant que sa conjointe accouche le 15 novembre dernier.

À la grande surprise de ses parents, Zachary est né seulement trois heures après l'admission de sa maman à l'hôpital LaSalle. L'heureux père en était encore tout ému quand il s'est rappelé que ses deux chiens attendaient dans la voiture!

« J'ai appelé Butler's Club; une heure après, quelqu'un venait chercher Chico et Chester pour les mener à leur "garderie", rue Jean-Talon », raconte M. Peake.

Les nouveaux clients de Jean-Hugues Coudry et d'Élisa Gougoux, les deux associés de Butler's Club, les contactent habituellement pour des besoins plus banals. « On commence souvent par nous confier la visite chez le garagiste. Ensuite, c'est la cueillette des vêtements chez le nettoyeur, puis l'épicerie », remarque M^{me} Gougoux.

L'entreprise a été lancée en juillet 2005. Mais l'idée germe dans la tête de son fondateur, M. Coudry, depuis au moins quatre ans. Au départ, il envisageait d'offrir un programme de conciergerie à une clientèle de personnes âgées soucieuses de maintenir sa qualité de vie.

« Pourquoi se limiter? Moi aussi, j'aurais besoin de ces services », lui fait remarquer un de ses mentors en affaires. Bon point. Aujourd'hui établie à Montréal et à Québec, Butler's Club compte plus de clients chez les jeunes professionnels que chez les baby-boomers et les personnes âgées.

Chauffeur, organisation de fêtes, shopping personnalisé. Des services réservés aux super riches? Du tout, assure M. Coudry. Par exemple, une soirée avec chef privé pour six personnes peut revenir à environ 50\$ par convive. Le chef fournit la batterie de cuisine, l'épicerie et le vin, et reste trois ou quatre heures sur place pour tout préparer.

Pour sa part, M. Peake a payé



PHOTO ARMAND TROTTIER. LA PRESSE ©

Jean-Hugues Coudry et Élisa Gougoux, les deux associés de Butler's Club, comptent percer le marché torontois car plusieurs de leurs clients vivent entre Montréal et Toronto.

40\$ pour les services du coursier qui s'est occupé de ses chiens. « Une somme étonnamment modique, qui m'a épargné tout un casse-tête », estime-t-il.

M. Coudry évalue à 75000\$

sociaux », explique M. Coudry.

Et quel avantage! Un employé ne veut pas perdre sa journée de travail à attendre le livreur ou le réparateur à domicile? Pas de problème, Butler's Club enverra

de nos collaborateurs, de même que leurs dossiers criminel, de crédit et de conduite », signale M. Coudry.

La PME emploie six personnes à temps plein et une dizaine de pigistes. En ce qui concerne les gens de métier — comme le réparateur de climatiseur dépêché d'urgence, un jour férié, chez une cliente qui recevait le soir même —, M. Coudry dit profiter d'un réseau établi de longue date grâce à sa famille, spécialisée en gestion immobilière.

En 2005, Butler's Club a gagné une bourse de la Fondation du maire de Montréal pour la jeunesse lors du Concours d'entrepreneurship HEC-Poly-UdeM. L'an dernier, l'entreprise a remporté le premier prix dans

la catégorie Services du Concours québécois en entrepreneuriat, pour la région du Sud-Ouest.

Les associés ne manquent pas de projets pour l'avenir. « On veut s'implanter dans les résidences de personnes âgées et les habitations en copropriété, précise M. Coudry. Nos services pourraient permettre aux promoteurs de condos haut de gamme de se démarquer dans un marché difficile », raisonne-t-il.

Enfin, M^{me} Gougoux compte aussi percer le marché torontois. « Beaucoup de nos clients qui vivent entre Montréal et Toronto ont hâte qu'on vienne s'établir là-bas », dit-elle. Déjà, par le bouche-à-oreille, ils préparent leur venue. « À la longue, ils font partie de notre vie, et nous de la leur », dit-elle.

« Un de nos grands défi est de concilier, dans l'esprit du public, l'image de marque de l'entreprise et son accessibilité. »

le revenu familial moyen de ses clients. « Un de nos grands défi est de concilier, dans l'esprit du public, l'image de marque de l'entreprise et son accessibilité », observe-t-il.

« Souvent, les gens hésitent à téléphoner pour savoir combien coûtent nos services », renchérit M^{me} Gougoux. Pendant ce temps, « certains de nos clients trouvent parfois qu'on ne demande pas assez cher! » affirme-t-elle.

Butler's Club compte aussi parmi sa clientèle des sociétés, qui paient la moitié des services facturés à leurs employés. « On fait alors partie de leurs avantages

quelqu'un qui s'occupera en même temps des menus travaux à effectuer dans la maison.

Tout cela pose la question de la confiance dans le personnel de Butler's Club, un aspect que les deux associés ne prennent pas à la légère. « On engage des compagnies qui vérifient tout le CV