



Lancez-vous sur le marché des cours d'anglais !

En 2013, Créez votre VICTORIA'S English Center

VICTORIA'S

ENGLISH CENTER

Un partenariat avec Cambridge

Une vision, des valeurs

Un marché

Un concept

Une méthode

Des contacts

Des concurrents

Un profil de franchisé

Un investissement



**UNIVERSITY OF
CAMBRIDGE**

VICTORIA'S c'est ...

Une success story venu d'Angleterre

Un partenariat avec l'Université de Cambridge

Les méthodes d'apprentissage de l'anglais les plus dynamiques, utilisées par plus de 3 million de personnes dans le monde

Un réseau jeune et innovant qui se développe en France

Implanté en France depuis 2012, VICTORIA'S English Center c'est déjà:

L'exclusivité
en France de la
méthode Cambridge.

4 centres ouverts
détenus par
3 partenaires.

1000 clients
pour des cours
et tests d'anglais.

45000 heures
de cours d'anglais.

1 million d'€
de chiffre d'affaires.

Janvier 2012 :
2 centres

Juin 2012 :
3 centres

Novembre 2012 :
4 centres

Objectif 2013 :
8 centres

Objectif 2014 :
16 centres



Vision & Valeurs

Questions à Xavier Ancel,
président de VICTORIA'S English Center FRANCE

Dans quelle optique avez-vous développé les écoles d'anglais VICTORIA'S ?

VICTORIA'S est une enseigne du 21^{ème} siècle. La méthode d'anglais la plus moderne développée par Cambridge University. Des cours d'anglais plus intéressants. Des écoles d'anglais qui correspondent aux besoins des gens : proximité, convivialité, simplicité et rentabilité.

Qu'est-ce qui fait le succès de VICTORIA'S ?

"Small is beautiful". Monter une école de langue traditionnelle, c'est dix ans de travail et /ou 300000 € de capital. Le tout pour une rentabilité incertaine et des soucis incessants. En créant des petits centres de proximité, opérationnels immédiatement, faciles à ouvrir et faciles à céder, VICTORIA'S simplifie la vie des franchisés autant que celle des clients.

La mission VICTORIA'S :

- Rendre l'anglais accessible et convivial pour faciliter la progression professionnelle et l'épanouissement personnel.
- Aider ses clients à être à l'aise en anglais pour pouvoir communiquer librement à l'international.

OBJECTIFS :

- Mettre en place dans toute la France des franchisés compétents, qui aiment leur métier et la nature culturelle de leur travail.
- Former, accompagner et faire réussir chaque membre du réseau dans une première fonction de direction d'entreprise.
- Faire de VICTORIA'S l'acteur de référence dans les cours d'anglais.

> Process performants et sens du contact

> Vision globale & soin des détails

> Ecoute des individus et sens de l'organisation

> Entrepreneuriat et solidarité

> Diversité humaine et respect de la différence

CONCEPT VICTORIA'S

Plus qu'une école d'anglais :

une structure pour donner envie d'apprendre l'anglais dans un contexte communicatif, professionnel et ludique.

Remettre le stagiaire et la communication orale au cœur de l'apprentissage de l'anglais. Suivre les stagiaires individuellement et privilégier le contact, la proximité.

Fournir des réponses simples à des besoins complexes mais subjectifs : progression en anglais général. Stages spécialisés pour des besoins spécifiques.



l'équipe



1 Commercial - Administrateur



1 Responsable pédagogique, formateur d'anglais diplômé



1 ou plusieurs formateurs d'anglais diplômés.
(Selon le développement de l'école)

3 gammes de stages

Adaptés à tous les besoins (particuliers et professionnels)

Anglais général

avec la méthode Cambridge intégrée.

Stages thématiques

Pour besoins spécifiques : Demandeurs d'emploi, Préparation TOEIC, TOFL, BULATS...

A la carte

Cours particuliers ou cours collectifs en entreprise, en réponse au cahier des charges.

Le centre de formation

- Entre 70 et 100 m²
- Un look de centre culturel.
- En centre-ville.
- Facile d'accès.

Soutien pédagogique et administratif

Afin de simplifier la vie des franchisés, de nombreux outils sont mis à leur disposition :

- Logiciel de planification et CRM (Logiciel de Gestion des Clients).
- Procédures et documents types couvrant les aspects contractuels du centre, les rapports avec les organismes financeurs de la formation continue, etc.



Entreprenariat et solidarité

Les franchisés sont invités à partager leurs outils, développements et créations avec l'ensemble du réseau, ainsi qu'à s'entraider pour la bonne marche de leurs centres.



Exemples d'opérations commerciales

VICTORIA'S
ENGLISH CENTER

La méthode

Le client B2C

Business to Consumer, particulier ou professionnel :

- Il est accueilli par le commercial pour un audit linguistique complet (test oral et test informatisé) et une écoute complète de ses besoins (objectifs professionnels et personnels mais aussi rapport à l'anglais).
- Il repart avec un ou plusieurs devis. Pour un stage d'anglais général, il peut commencer sa formation à n'importe quel moment et sera suivi régulièrement par les formateurs d'anglais et la responsable pédagogique.
- En fin de formation, le client est invité à passer un test d'anglais officiel (TOEIC, BULATS, CAMBRIDGE) dont il pourra inscrire le résultat sur son CV.

Le client B2B

Business to Business, responsable de formation, DRH :

Il fait l'objet d'un traitement spécifique chez VICTORIA'S qui met l'accent sur nos trois qualités :

- **La réactivité** (montage rapide des opérations)
- **Le rapport qualité/prix** avantageux
- **Le contact et le conseil** qui font de nous « plus qu'une école ».



Un siècle d'expérience

Cambridge University est pionnier de l'enseignement de l'anglais depuis plus d'un siècle : recherche fondamentale, mise au point de méthodes, d'outils, d'examens.

Cambridge university est dans le top 5 des meilleures universités du monde avec plus de 60 prix Nobel.

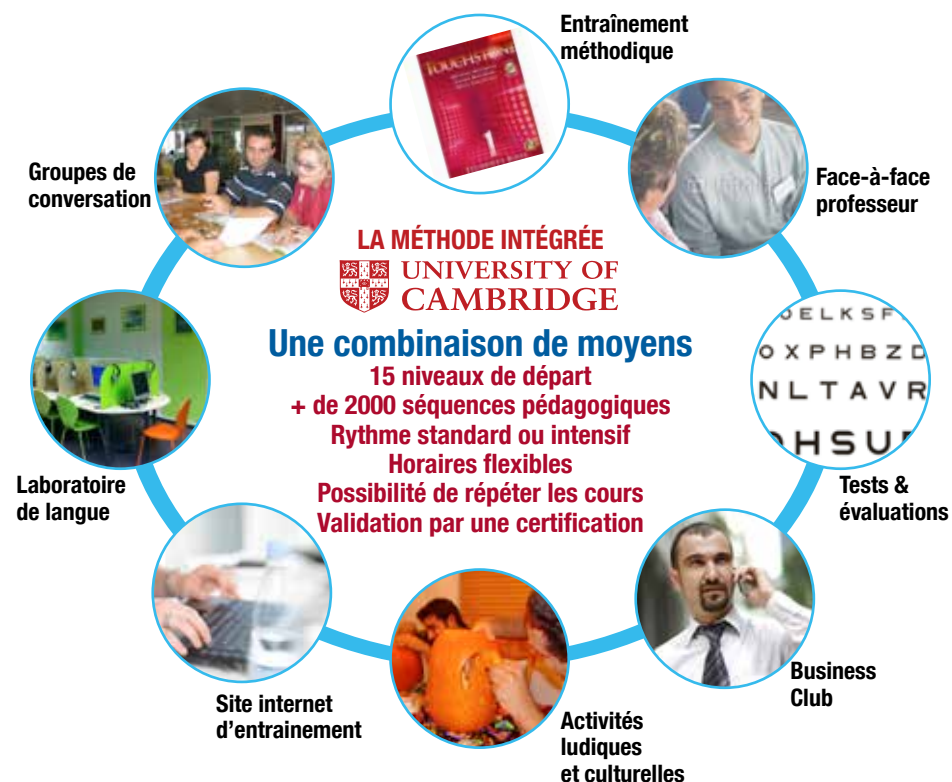


**UNIVERSITY OF
CAMBRIDGE**

La méthode CAMBRIDGE

La méthode intégrée de l'Université de Cambridge, issue de la recherche Cambridge, c'est :

- L'association de cours en laboratoire de langue, de cours en face à face professeur et de cours de conversation pour acquérir des réflexes linguistiques, prendre l'habitude de parler, maîtriser la communication en anglais.
- La focalisation sur l'intérêt des contenus, la stimulation et la responsabilité du stagiaire.



Formation individualisée :

la qualité d'un cours particulier pour le prix d'un cours en groupe.

Marché de l'anglais

L'anglais : un problème national

- Le niveau d'anglais des français est faible (moitié moins bon que les Allemands au BAC).
- L'anglais est le **thème de formation continue le plus demandé en entreprise.**
- + 400 000 tests et certifications d'anglais / an en France (dont 200 000 TOEIC).



Les clients VICTORIA'S :

- **40% d'étudiants** et jeunes professionnels (moins de 40 ans).
- **40% B2B** (Contrats DIF, CIF, Plan de Formation)
- **20% Demandeurs d'emploi** et divers de 13 à 70 ans.

Une clientèle hétérogène au niveau national avec des disparités importantes dans les profils d'une ville à l'autre.

Un marché de masse

- L'anglais général reste le besoin prédominant.
- Les gens veulent **comprendre l'anglais et se faire comprendre.**
- L'anglais professionnel ou spécialisé correspond à un **marché de niche en entreprise.**
- La préparation d'examen est en plein essor.



Une clientèle motivée

Des personnes professionnelles et motivées, avec un complexe par rapport à l'anglais, Qui apprécient de développer leurs compétences. Plus proactifs que la moyenne, qui considèrent **l'anglais comme un moyen** pour atteindre un but, professionnel ou de loisir. **Qui veulent non seulement parler anglais, mais le faire savoir** (certifications).



Concurrents

De nombreux acteurs :

Méthodes : Cours en groupe, cours en ligne, cours par téléphone, cours intégrés, cours particuliers... Méthode scolaire, méthode directe, méthode naturelle, méthode intégrée et la plus récente, celle de Cambridge inspirée du *Corpus Linguistics*.

Structures : Réseaux internationaux (Berlitz, Wall Street Institute, Télélange, Go Fluent), écoles d'anglais locales ou régionales, associations de quartier, professionnels indépendants.

Cibles : Le B2B, le B2C, les cours individualisés, les cours pour adolescents, les cours pour enfants, les généralistes.

Mais aucun comme Victoria's English...

	VICTORIA'S	CCI	Par téléphone	Wall Street Institute	Berlitz	Écoles locales	Asso et particuliers
Cible principale	Formations individualisées	B2B	B2B	B2C (Paris) B2B (Province)	B2B dominant	B2B dominant	B2C
Méthode dominante	Cambridge intégrée	Cours en groupe	Cours particulier par téléphone	Méthode WSI	Cours particuliers	Cours en groupe + méthodes Commet, Auralog, etc	Méthodes artisanales ou Commet, Auralog, etc
Ambiance	Centre culturel	Administration	Lieu de travail	Usine	Traditionnel	Variable	Variable
Lieu de cours	Centre + lieu de travail + en ligne	CCI	Lieu de travail	Centre + lieu de travail + en ligne	Centre + en ligne	Lieu de travail + en ligne	Domicile ou lieu associatif
Tarif horaire indicatif	14€/H	65€/H (groupe)	25€/H	20€/H	60€/H	65€/H (groupe)	14€/H
Mots-clés	Professionnel	Traditionnel Réseau CCI	A distance Entreprise	Impersonnel	Traditionnel Grandes villes		Traditionnel Empirique
Organisation	Réseau décentralisé	Indépendants	Structures internationales	Réseau centralisé	Réseau centralisé	Indépendants	Indépendants

CAMBRIDGE, une marque forte : "Vous dites que vous travaillez avec Cambridge ? Ah ! Et bien dans ce cas ..." La marque Cambridge joue un rôle important dans la notoriété de l'enseigne. Gage de qualité mais aussi d'exigence, elle provoque l'adhésion des clients.

Profil Franchisé

Dynamisme, sens commercial et culturel

50% sont les commerciaux de leur centre exerçant aussi le rôle de direction et ayant embauché au moins un formateur d'anglais.

50% sont responsables pédagogiques et formateurs dans leur centre exerçant aussi le rôle de direction et ayant embauché un commercial.

- 2/3 des franchisés **parlent correctement ou très bien l'anglais.**
- 1/3 des franchisés ont plusieurs centres.

Pour 80% des franchisés, VICTORIA'S est leur première expérience de direction d'un centre de profit.



Portrait

Questions à Isabelle De L'Estoile, manager du VICTORIA'S English Center de Rouen et un retour dans la vie active réussi.

Vous êtes franchisé VICTORIA'S, qu'est-ce que cette expérience vous a apporté ?

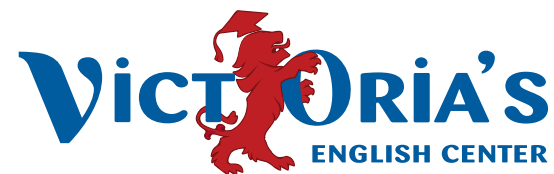
J'ai eu le sentiment de faire un "MBA appliqué" pendant ma première année d'exploitation du centre. J'ai découvert le commercial (je venais de la pédagogie), la direction des entreprises, le droit du travail, les RH, la compta... Bref, j'ai eu la satisfaction de voir le concept se réaliser sous mes yeux et de constater la satisfaction des clients.

VICTORIA'S a-t-il représenté pour vous une opportunité de carrière ?

J'étais arrivée dans une impasse dans mes fonctions précédentes, et je craignais que le reste de ma vie professionnelle ne soit que routine. Grâce à VICTORIA'S, j'ai pris une nouvelle envergure professionnelle et je suis sortie du train-train.

Qu'est-ce qui singularise à votre avis le réseau VICTORIA'S ?

C'est un réseau qui a fait de la décentralisation un atout. Chacun est libre de s'adapter aux spécificités de son marché local. Et chacun est incité à se montrer créatif et à contribuer à l'ensemble du réseau.



Pas de royalties ni de redevances

Droits d'entrée : 750 € HT / an

- **Montage du projet : 3 mois seulement.**
- **Emplacement proche du centre ville et surtout: accessible !**
- **Mise à disposition des outils pédagogiques et opérationnels.**
- **Implantation visée : Agglomération de plus de 100 000 habitants.**



Investissement

Environ 70 000 € d'investissement pour un centre

Prévoir 30 000 € d'apport personnel

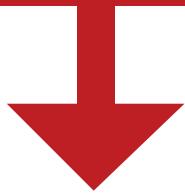
Droits d'entrée :	750 € HT/an
Apport personnel :	30 000€
Redevance de fonctionnement :	Aucune
Redevance de publicité :	Aucune
Royalties :	Aucunes

Aménagement :	20 000€
Publicité initiale :	10 000€
Stock :	5000€
Frais de formation :	3000€
Fonds de roulement initial :	32 000€
Investissement global :	70 000€

CA réalisable après 2 ans :	200 000€
Surface moyenne :	75 m2
Type de contrat :	Franchise
Durée du contrat :	5 ans
Zone de chalandise :	100 000 habitants



Vous êtes intéressé(es) ? En savoir plus sur www.victorias.fr



- Remplissez le formulaire de renseignements en ligne sur www.victorias.fr
- Prenez contact avec notre responsable de développement : Xavier Ancel - 06 71 11 51 41
Email : xavier.ancel@victorias.fr



ROUEN

11, quai du Havre
02 76 51 52 52

AMIENS

31 rue au Lin
03 22 22 32 00
reception@victorias-amiens.fr

BEAUVAIS

1 place Saint-Barthélémy
03 44 14 00 85
reception@victorias-beauvais.fr

*Visitez un centre en activité à Amiens,
Beauvais, Rouen ou Montpellier !*

MONTPELLIER

470 rue Léon Blum
04 99 74 22 74