

7 étapes

à mettre en place pour
développer votre réseau de
franchises et gérer votre image

Introduction

À propos

1. Former son réseau
2. Fournir des outils digitaux à différents niveaux
3. Maîtriser l'image des franchisés
4. Uniformiser l'offre de produits ou services
5. Déterminer le degré d'implication
6. Fidéliser les franchisés
7. Attirer de nouveaux franchisés

Conclusion

Introduction

Pour n'importe quel réseau de franchisés, le marketing et la communication doivent être au centre des préoccupations. En effet, en partant du postulat qu'une franchise fonctionne car tel(le) client(e) cherche à retrouver le même produit, le même service ou la même expérience, il est nécessaire pour le franchisé de s'aligner sur ses collaborateurs.

Le franchisé bénéficie de la notoriété du franchiseur qui lui, l'assiste et l'accompagne dans son développement en lui partageant son savoir-faire en échange d'une rémunération.

Pourquoi est-il nécessaire de travailler son marketing de franchise ?

Dans un réseau de franchises, il est essentiel de travailler l'unité de son image de marque afin d'assurer la pérennité de cette dernière via la fidélisation de la clientèle. Cela s'illustre dans l'image de marque mais aussi dans l'expérience du consommateur.

À propos

Confrontés depuis de nombreuses années aux problématiques que rencontrent les réseaux de franchisés, nous souhaitons partager avec les concernés les bonnes pratiques à mettre en place, notamment en ce qui concerne l'image de marque.

En effet, de part notre secteur d'activités, nous sommes quotidiennement en relation avec les réseaux de franchises mais aussi avec les franchisés. Spécialistes de la personnalisation de textile et d'objet et donc de l'image des entreprises, nous avons appris, au fil des années, à comprendre les enjeux de cet environnement singulier.

Notre métier ?

Vous accompagner dans la réalisation de vos tenues professionnelles. En effet, celles-ci vous représentent et notre expertise nous a amené à comprendre que la gestion du vêtement de travail, dans un réseau de franchises n'est pas toujours simple. Nous avons donc développé de notre côté, des solutions pour vous permettre efficacité et simplicité.

1

Déterminer le degré d'indépendance

À quel point voulez-vous que vos franchisés soient engagés, et surtout, dans quel(s) domaine(s) peuvent-ils développer leur indépendance ?

En amont de la formation des franchisés, le siège doit définir les limites de l'indépendance des franchisés. Par exemple, en termes d'actions de marketing et de communication locales, de quelles actions les franchisés sont responsables et sur quels canaux ?

Par exemple : la mise à jour des horaires et services, la publication de post, la création de réseaux sociaux locaux, la réponse aux avis clients,... sur Google, Facebook, annuaires, GPS,...



2 Former son réseau

Il est indispensable de garantir le respect de l'identité de la marque tout en impliquant le réseau de franchisés. Pour cela, le siège doit impérativement former ses points de vente et leur fournir des outils complets pour faciliter la communication de ses franchisés et les rendre autonomes dans leur démarche.

En préparant correctement la décentralisation en formant son réseau, on s'assure que le «local» respecte bien les guidelines et qu'il y ait une uniformité entre tous les établissements, notamment dans la communication par exemple.

En pratique : les franchiseurs peuvent organiser des conférences, webinars, partager du contenu et les bonnes pratiques à leur réseau au quotidien.



3 Fournir des kits de communication

Afin de réussir dans sa stratégie de communication, la franchise a besoin de rayonner au niveau national mais aussi d'être visible au niveau local. Plus la franchise est connue et reconnue, plus il lui sera facile de trouver de nouveaux franchisés et de nouveaux client(e)s.

Il est nécessaire que le siège maîtrise et garantisse l'image de la marque, mais il doit fournir à chaque franchise les moyens de rayonner à titre individuel en lui fournissant des outils de communication digitaux.

La meilleure façon de garantir le respect de l'image de marque est de proposer des galeries de contenus (images, publications, promotions, réponse aux avis, ...) à son réseau. En pratique, en ce qui concerne la publication de post, le siège peut mettre à disposition une bibliothèque de template réutilisable par ses franchisés, ou bien, leur laisser la main pour qu'eux même puisse créer des campagnes en lien avec l'actualité de chacun de leur établissement.

Pour la partie gestion des avis, le siège peut mettre à disposition une bibliothèque de réponses génériques pour aider les franchisés à répondre facilement, tout en respectant le tone of voice de la marque et éviter toute maladresse.

Exemples d'outils de communication/marketing à mettre à disposition des franchisés



Kits médias

Guidelines

Templates
emailing

Processus
divers

PLV

Habillement

Base de
données

4 Maîtriser l'image des franchisés

L'uniformisation de l'image physique des franchisés est un point essentiel en termes de marketing et de communication. Il est nécessaire que les client(e)s retrouvent la même expérience dans chacune des franchises.

Il faut savoir que dans l'image d'une entreprise, d'un magasin, le personnel est crucial dans la prestation de service reçue par le client. Pour que ce dernier soit conquis par l'expérience, il est important que le personnel soit à la fois visible, reconnaissable et illustre parfaitement l'image de la société.

Dans cette optique, le vêtement a toute son importance : il permet à l'entreprise de promouvoir son identité et aux employés d'être reconnaissables. Mais il fait également ses preuves dans la communication interne : il permet de fédérer les équipes et de fidéliser les franchisés en leur offrant une bonne expérience.

En quoi la maîtrise de l'image est importante, d'un point de vue client et d'un point de vue franchisé ?



PERMET LA MAÎTRISE DE
SA COMMUNICATION



VISIBILITÉ ET
RECONNAISSANCE



FÉDÈRE LES
ÉQUIPES



FIDÉLISE LES
FRANCHISÉS

Quelques moyens à mettre en place rapidement...

- FOURNIR UN KIT MÉDIA/COMMUNICATION
- FAIRE DES POINTS DE VENTE SIMILAIRES PHYSIQUEMENT
- HABILLER SES ÉQUIPES À L'IMAGE DE L'ENTREPRISE
- FORMER À LA CULTURE D'ENTREPRISE

5 Uniformiser l'offre de produits/services

L'uniformisation de l'offre de produits et/ou de services est la clé d'un réseau de franchisés. En effet, les client(e)s cherchent à retrouver le même produit ou la même expérience quand il vient chez vous.

La centralisation des achats permet à la fois de minimiser les coûts d'achat, donc de faire plus de bénéfices, mais aussi de promettre une qualité identique dans chaque franchise.

6 Fidéliser ses franchisés

Afin de continuer à se développer, le réseau de franchises se doit de fidéliser ses franchisés existants. Pour cela, plusieurs moyens sont bons à mettre en action.

Tout d'abord, il est important de démontrer l'implication du management du réseau de franchises. La mise en place de réunions de débriefing et d'ateliers participatifs est conseillée. Elle contribue à récolter des retours d'expérience des franchisés et à maintenir le moral de l'équipe.

La motivation passe aussi par les rapports humains !

ACCOMPAGNER

RÉCOMPENSER

FIDÉLISER

7 Attirer de nouveaux franchisés

Plaire

Il faut commencer par une démarche de communication optimisée pour prouver sa crédibilité et inspirer confiance. De nombreux événements, comme des salons professionnels sont dédiés à la rencontre entre réseaux et futurs franchisés.

Convaincre

Pour convaincre les futurs franchisés, il ne faut pas hésiter à mettre à disposition des outils, notamment des outils marketing pouvant prouver l'intérêt de s'implanter. Les logiciels de géomarketing permettent d'obtenir des informatopns telles que la zone de chalandise, les flux piétons, etc.

Concluons.

Pour développer son réseau de franchises, il est indispensable de véhiculer une image de marque positive et dynamique. De nombreux entrepreneurs souhaitent entrer dans un réseau qui les accompagne, qui les soutient et qui leur offre visibilité et reconnaissance.

Pour accompagner ses franchisés, il faut développer un maximum d'outils digitaux et physiques qui leur permettront de suivre le droit chemin, de contribuer à l'image de marque du réseau et de fédérer leurs équipes.

De nombreux outils sont disponibles pour aider les réseaux à centraliser les informations et les outils digitaux et physiques.

Envie d'en discuter ?

Comme vous l'aurez compris, nous sommes experts en image d'entreprise. Notre point d'ancrage ? Le vêtement. Nous sommes persuadés que vos tenues professionnelles vous représentent... mais nous savons aussi à quel point il est difficile de gérer les stocks, fournir les franchisés, approvisionner, anticiper... etc.

Depuis de nombreuses années, nous développons des outils pour répondre à ces problématiques. Alors si vous êtes curieux(-se), prenez contact avec nous... C'est gratuit ;-)

commercial@crafters.fr

04 78 84 33 23