

L'Animation de Réseau post Covid

BIENVENUE

progressium
ACCÉLÉRATEUR DE DÉVELOPPEMENT



Présentation Emmanuel JURY

- *Ex Directeur Commercial d'Atol 725 magasins , 400 millions de CA gestion des affiliés et du développement pendant plus de 10 ans*
 - *Expert FFF depuis 2012*
 - *Expert en évaluation Immobilière depuis 2017 par le CEIF (FNAIM)*
- *Président chez Progressium, agence numéro 1 du développement de réseaux organisés en France*
- *Responsable de près d'un millier de recrutement d'affiliés et de plusieurs centaines de locaux commerciaux*
- *Co-fondateur entre 2015 et 2018 d'une enseigne de réparation et d'accessoires pour smartphones , enseigne revendue depuis à notre franchisé de la Défense*

- Préambule :
- Cet échange a pour but de répondre aux questions qui se posent aux franchiseurs sur la posture à tenir pour l'animation de franchisés avant et post covid en prenant en compte qu'il n'existe pas de recette « miracle » et que quoiqu'il en soit il faudra maintenir un fil rouge avec les franchisés et faire des écrits à toutes les étapes de la relation
- L'animation est une discipline qui s'apprend
- C'est une relation de confiance entre personnes
- Il faut un process précis par typologie de franchisés ; il y a donc des process
- Il faut faire preuve d'une grande célérité



*Les missions dédiées souvent à
l'Animation de Réseau...*



- » **Développer l'activité commerciale** et de protéger la marge des points de vente de son secteur, notamment par le perpétuel échange d'informations entre le siège et le réseau.
- » **Valider** la mise en pratique de la politique commerciale de l'Enseigne.

Ne pas confondre les objectifs avec les moyens

DÉROULÉ D'UNE VISITE CLASSIQUE

7

3 Objectifs:

- Pilotage de l'Activité
 - Tableau de bord du point de vente
 - Performance commerciale des collaborateurs
 - Fixation d'objectifs quantitatifs et qualitatifs
- Validation des fondamentaux de l'Enseigne
 - Concept
 - Process sur Conditions d'Hygiène/ Sécurité
 - Respect Politique Commerciale
- Actualités de l'Enseigne
 - Offre commerciale
 - Nouveaux produits

LES TABLEAUX DE BORD

8

- » Ils vont devoir être plus précis afin de bien déterminer les objectifs de visites
- » Ils va falloir séparer l'activité commerciale d'un scoring sur la tenue du point de vente
- » La partie vente par collaborateur va devoir apparaître

- » Le Covid va certainement modifié certaines choses. Cela dépendra du secteur d'activité :
 - » Agence ou retail pur : stock ou pas? Merchandising?
 - » Vendeurs : Management ou pas?
 - » BtoB ou BtoC ou les 2 : Formation adaptée?

En fonction de ces critères, le nombre de visites physiques vont diminuer au profit de RDV en visio.

Sur d'autres critères, la visite « sur place » reste indispensable

Les outils de pilotage seront de plus en plus précis et le rôle de l'animation de plus en plus importante

- » Contacter régulièrement vos franchisés : ils ont besoin de suivi et de votre soutien
- » Profiter de faire ce qui est souvent remis à plus tard :
 - » Analyser des bilans de vos franchisés
 - » Les préparer aux entretiens de leurs collaborateurs
 - » Revoir avec eux leur processus de vente par exemple en fonction de leur activité
 - » Faire participer l'écosystème du franchiseur par exemple l'avocat en baux commerciaux

En somme il s'agit de :

- Bien définir les objectifs de visites et en fonction le faire par visio
- Les outils de pilotage seront de plus en plus précis et le rôle de l'animation de plus en plus importante

FAVORISONS L'ECHANGE :

- Il n'y pas de mauvaises questions
- C'est en questionnant que l'évidence apparait souvent

- Mes Coordonnées
- 06 99 39 91 46
- ejury@progressium.fr