



(/membre/tonidacruz)

Comment dépasser le clivage Siège – réseau ?



()

La distribution de produits ou de services en points de vente nécessite de coordonner nombre d'actions au niveau du siège, et de les mettre en place sur le terrain. Pas si facile cependant à diffuser...

Ah le clivage siège réseau... Clivage ? Vraiment ? Vous ne trouvez pas ce mot un peu fort ? On parle bien de personnes qui travaillent pour une même enseigne, qui partagent une même vision... Si les premiers œuvrent pour faciliter le travail des seconds, les choses devraient être simples, non ? Et si les seconds font de leur mieux pour mettre en œuvre les stratégies imaginées par les premiers, tout le monde fonctionne à l'unisson, n'est-ce pas ?



Pourtant il arrive encore d'entendre au détour d'une machine à café* : « tant pis pour les points de vente retardataires, ils n'avaient qu'à répondre dans les temps. » Ou en tendant l'oreille au fond d'un magasin* : « Au siège ils pensent qu'on est à l'affût de nos mails derrière la caisse ? » Alors, pourquoi ces grains de sable dans les rouages de la plupart des réseaux ?

Les équipes siège vu du point de vente : manque d'engagement, de communication et d'empathie.

Petit vis-ma-vie : **vous voilà en point de vente.** Pas facile d'être au bout de la chaîne de décision !

Chaque petite erreur faite au siège finit par se retrouver en magasin. (Voir par y être assumée.) Pas assez de marchandises envoyées ? On perd du chiffre. Trop de marchandises ? On perd du temps et de l'argent en manutention... D'où le sentiment de manque de compétence des personnes du siège.

D'autre part, les demandes affluent souvent des différents services qui voudraient avoir une vision terrain. Elles ne tombent pas toujours au bon moment, ou parfois ils envoient des informations contradictoires. (Ils ne se parlent pas entre services ?)

Si on ajoute à ça l'impression d'être dans le feu de l'action quand les autres n'y sont pas. (Personne ne répond au siège après 18h ni le weekend), des frustrations peuvent naître...

D'autant que, le réseau devant être homogène, les équipes terrain peuvent se sentir bridées de ne pouvoir prendre d'initiatives individuelles (alors que c'est en magasin qu'on connaît le mieux les clients !)

Pour finir, un problème de taille : la gestion des mails en point de vente peut vite se révéler compliquée : Quand les lire ? Qui les a lus ? Lesquels sont importants ? De nombreuses infos passent à la trappe... Vous commencez à comprendre d'où peuvent venir ces frustrations ?

Les points de vente vus du siège : peu disciplinés et souvent négatifs.

Changeons maintenant d'angle de vue : **nous voici dans un service du siège.** Pas facile de coordonner tant de points de vente !



Le manque de visibilité terrain est bien entendu une problématique majeure, qu'on peut tenter de résoudre en demandant souvent des informations aux magasins, avec une deadline de réponse (Mais pourquoi ils nous répondent jamais alors qu'ils se plaignent qu'on ne leur demande pas leur avis ?)

Mais concrètement, à quel moment a-t-on les magasins au téléphone ? Quand ils rencontrent des soucis. (Donc on ne les a jamais quand ça va.)

Le point de frustration, c'est que les services mettent en place des trésors de stratégie et de process, mais s'aperçoivent lors de visites qu'elles sont mal appliquées, voire pas du tout. (Ça sert à quoi qu'on travaille un dispositif s'il n'est pas mis en place ?)

Au final, quand les chiffres ne suivent pas, est-ce que c'est la stratégie qui cloche ou son application ?



()

Faire ces constats est une première étape, mais la suivante n'est pas tant de trouver un responsable que tenter de rapprocher nos deux populations !

Quelques recettes qui ont fait leurs preuves :

Démarrer dans l'enseigne par un passage en magasin pour les services siège – et inversement – est l'occasion de comprendre les contraintes de chacun.



- Rien de mieux pour apprendre à travailler ensemble qu'un groupe de travail transversal ! Pour actualiser un process métier, préparer une forte période ou choisir entre 2 dispositifs...
- Personnalisez votre communication ! Pour passer une info, pourquoi ne pas tenter de se mettre en scène dans une vidéo, voilà qui crée de la proximité !
- Utilisez des outils de communication adaptés au terrain (donc pas des mails), pour maximiser la descente et les remontées d'informations. N'hésitez pas à demander du feedback en période calme sur les collections et évènements.
- Impliquez les animateurs dans les sujets stratégiques, ce sont eux qui vont redescendre la vision à leurs équipes ! (Et les relancer dans certains cas)
- Réduisez le nombre d'intermédiaires entre le siège et les points de vente pour créer de la proximité, sans mettre les animateurs régionaux hors du coup.
- Enfin, c'est la culture terrain de l'ensemble des acteurs de l'entreprise qui permettra à chaque service de mieux comprendre la finalité de son travail. Que ce soit pour aller tester une mise en place, intervenir lors d'une formation terrain, ou pour aider lors des temps forts...

Au final, vous l'aurez compris, connaître mieux l'autre et ses contraintes est la base incontournable pour arriver à travailler avec lui. C'est en faisant un effort pour prendre en compte ses problématiques et en s'y adaptant qu'on forme une équipe. (Que ce soit avec des outils comme **Idélink** ou en mettant l'empathie au cœur de la culture d'entreprise.)

Et vous, qu'allez-vous mettre en place pour fluidifier la communication dans votre enseigne ?

**toute ressemblance avec une enseigne que vous connaissez ne serait que purement fortuite.*

(<https://www.ide.link/1-homepage/>)



Idélink - Solution digitale pour réseaux de points de vente
(<https://www.ide.link/1-homepage/>)

Spécialiste du digital et des réseaux de points de vente, ...

<https://www.ide.link> (<https://www.ide.link>)

[#animation réseau](/recherche?terms=animation%20r%C3%A9seau) (/recherche?terms=animation%20r%C3%A9seau)

[#bonnes pratiques](/recherche?terms=bonnes%20pratiques) (/recherche?terms=bonnes%20pratiques)

[#communication](/recherche?terms=communication) (/recherche?terms=communication)

[#franchiseur](/recherche?terms=franchiseur) (/recherche?terms=franchiseur)

[#réseau](/recherche?terms=r%C3%A9seau) (/recherche?terms=r%C3%A9seau)

[#franchisé](/recherche?terms=franchisé) (/recherche?terms=franchisé)

[#management](/recherche?terms=management) (/recherche?terms=management)

1 2



Vous devez être connecté pour pouvoir commenter

[Connexion \(\)](#)



Commenter



[\(/membre/ceciletauvel\)](/membre/ceciletauvel)

[Cecile Tauvel](/membre/ceciletauvel) (/membre/ceciletauvel)

Merci pour cet article. Au fur et à mesure des années, le réseau grandissant et évoluant, nous constatons en effet cela.

Bizarrement, les franchisés qui s'impliquent dans les commissions se sentent moins éloignés et "plus en phase".

En cette période, nous avons testé les audios à nos collaborateurs en succursale et cela est... [Voir plus \(\)](#)

2 Répondre • 23/04/2020



[\(/membre/tonidacruz\)](/membre/tonidacruz)

[ToniDaCruz](/membre/tonidacruz) (/membre/tonidacruz) Directeur Co...



Merci pour votre partage d'expérience ! Je pense comme l'identité collective ne se décrète pas : elle se construit. construire certains aspects de la stratégie d'une enseigne de prendre en compte les contraintes opérationnelles et renforcer l'adhésion !

2 ❤️ 🗨 Répondre • 23/04/2020

Recommandations d'article


 (/article/30454-
visiteurs-en-mars-2023-a-franchise-expo-paris) 28 mars 2023

Document

30454 visiteurs en mars 2023 à Franchise Expo Paris

(/article/30454-
visiteurs-en-mars-2023-a-franchise-expo-paris)

❤️
🗨 (/article/30454-
visiteurs-en-mars-2023-a-franchise-expo-paris)


 (/article/2-
comment-devenir-un-tres-bon-franchiseur-5-9) (/p/membre/jeansamper)

Article

Comment devenir un très bon franchiseur ? 5/9

(/article/commen-
devenir-un-tres-bon-franchiseur-5-9)

❤️
🗨 (/article/comment-
devenir-un-tres-bon-franchiseur-5-9)

 (/p/contrat-de-
franchise-les-
biens-pour-
devenir-une-cause-
d-engagement-du-
franchiseur) 24 mars 2023

Article

L'espérance de gain comme cause d'engagement du franchisé

❤️
🗨 (/article/l-
esperance-de-
gain-comme-
cause-d-
engagement-du-
franchiseur)

