

(/p/progressium)

# E-commerce et franchise : les clés du succès



()

Aujourd'hui plus que jamais, les réseaux de franchise de commerce et de restauration ne peuvent plus faire l'impasse sur le e-commerce.

Depuis quelques années, l'évolution des comportements d'achat a amené progressivement les enseignes à mettre en place une distribution omnicanale. Le contexte de la crise sanitaire, ponctué par des évolutions régulières d'accessibilité aux produits, a accéléré cette démarche. La mise en place d'une stratégie de distribution passant par le digital est aujourd'hui essentielle. Il en va de la survie d'un bon nombre d'enseignes, tant à court



terme qu'à long terme. Quelles sont les clés du succès pour déployer cette stratégie au sein de votre réseau ? Ludivine Bertrand, consultante stratégie marketing communication chez Progressium, fait le point dans cet article.

## **Le e-commerce indispensable dans les réseaux de franchise**

Aujourd'hui, le commerce physique ne peut plus s'envisager sans le e-commerce. Ces deux espaces de vente répondent en effet à des problématiques et des objectifs distincts, qui en font deux canaux compatibles et indispensables l'un pour l'autre.

La boutique est ancrée dans un contexte géographique précis et intervient dans la vie quotidienne des consommateurs. Elle est la représentation physique et tangible de la proposition de valeur de l'enseigne, synonyme de proximité, de contact, de conseils et d'échange.

Le e-commerce, quant à lui plus accessible et plus rapide, relaie une image de modernité en lien avec les nouvelles habitudes de consommation : « quand je veux, où je veux ». Néanmoins, il reste un espace d'achat sans échange ni proximité, bien qu'il tende à devenir de plus en plus personnel grâce à l'émergence d'outils d'exploitation de données et de service client virtuels.

L'association des deux canaux offre donc l'opportunité renforcer la visibilité de l'enseigne et de permettre l'augmentation des ventes, grâce notamment à la conquête d'une clientèle située hors des zones de chalandise des boutiques physiques qui jusqu'alors ne connaissait pas la marque ou n'avait pas accès aux produits.

Ainsi grâce à l'augmentation de la base de données clients et au développement du taux de fidélisation, un site e-commerce permet l'augmentation du CA du magasin physique de 14% en moyenne (1). Un levier indéniable de développement de l'activité, tant pour les franchisés que pour le franchiseur.

Dans le contexte actuel, où l'accessibilité aux points de vente est fortement pénalisée, le digital est le moyen qui permet de maintenir l'activité et surtout d'entretenir le lien avec les clients.



C'est pourquoi, pour les réseaux de franchise qui avaient amorcé timidement leur digitalisation, il devient urgent, pour ne pas dire vital, de déployer ce canal de distribution. Néanmoins, il s'agit d'un projet d'envergure, qui se doit d'être mis en place, rapidement certes, mais sans improvisation pour qu'il soit pérenne.

## Les points d'attention pour la mise en place du e-commerce en franchise

Afin de garantir la mise en place d'un écosystème vertueux pour l'ensemble des parties concernées, la première clé du succès est l'implication du réseau de franchisés dans ce projet initié et porté par la tête de réseau. Le point de vue des franchisés est crucial, car ils sont et resteront le point de contact humain, tangible avec la clientèle. Une démarche collaborative, avec la constitution d'une commission de franchisés dédiée par exemple, est donc nécessaire pour définir la feuille de route qui prendra en compte des intérêts de l'enseigne et de ses franchisés dans un esprit gagnant-gagnant.

Ensuite, le digital étant un levier de visibilité et d'accessibilité (aujourd'hui particulièrement) pour les boutiques, le franchiseur veillera à le maximiser. Pour cela, plusieurs leviers sont possibles. Le premier d'entre eux est la création d'une page par point de vente sur le site web de la marque, incluant le store locator qui permettra de favoriser et fluidifier le trafic vers l'adresse la plus proche. La fonction a tout intérêt à être optimisée pour une consultation mobile, ce type de service étant très souvent utilisé à partir d'un smartphone. Cette fonctionnalité est à associer avec l'animation d'un compte Google Mybusiness afin de maximiser la présence en ligne de chaque point de vente auprès des personnes vivant à proximité.

Mettre en place des actions de redirection des clients internet vers les boutiques physiques pour augmenter le trafic est une bonne solution, on appelle cela le Web-to-store. Parmi ces actions, nous pouvons retrouver : le click&collect mais également l'intégration d'un bon cadeau dans le colis à valoir en boutique. Ces derniers ont été appréciés durant ces derniers mois, cela facilite l'acte d'achat grâce à la vente sur internet et permet de garder le contact humain grâce au retour en magasin. Pour 30% des franchisés, le click&collect est mis en place.

Ludivine Bertrand, consultante stratégie Marketing/Communication chez Progressium préconise la mise en place d'équipes dédiées pour le pilotage de l'activité, qui suivent des indicateurs précis et spécifiques, en lien avec le



marketing et le réseau. Il est nécessaire d'établir une supply chain spécifique et de mobiliser des équipes formées pour les relations clients propre à ce canal de vente... Elle souligne la nécessité d'assurer une cohérence dans l'expérience vécue par le client par le e-commerce et dans les commerces physiques. Celle-ci passe par la communication et la promesse client, l'offre, le processus de vente, l'identification du client, les animations promotionnelles et la charte graphique. Enfin, il est important de veiller à la communication entre les systèmes (back-office et système informatique).

Dans une période où le digital fait partie de nos vies, il devient nécessaire, pour une enseigne, d'utiliser les différents outils numériques et notamment l'Internet mobile afin d'attirer la clientèle dans les points de vente. L'omnicanalité d'une enseigne est devenue incontournable pour la visibilité, la croissance des ventes et la base de données client qu'elle peut générer. Aujourd'hui, 97% des réseaux de franchises disposent d'un site e-commerce.

Vous souhaitez en savoir davantage sur le e-commerce au sein d'un réseau ?

[Contactez nous ! \(https://www.progressium.fr/contact/\)](https://www.progressium.fr/contact/)

Ludivine Bertrand  
Progressium

*(1) étude du profil du e-commerçant, Oxatis, Fevad, Kedge Business School*

*Note du Franchise Business Club : Un atelier sur le E-commerce et la franchise aura lieu le 9 mars. Voyez ci-dessous les dates des prochains ateliers.*

<https://franchisebusinessclub.com/statut/1520>

**[Statut de l'événement du Franchise Business Club, des ...](https://franchisebusinessclub.com/statut/1520)**  
**[\(https://franchisebusinessclub.com/statut/1520\)](https://franchisebusinessclub.com/statut/1520)**



# Notez les DATES DES PROCHAINES JOURNEES D'ATELIERS EN ...

<https://franchisebusinessclub.com> (<https://franchisebusinessclub.com>)

[#franchise et e-commerce](/recherche?terms=franchise%20et%20e-commerce) (/recherche?terms=franchise%20et%20e-commerce)

[#e-commerce](/recherche?terms=e-commerce) (/recherche?terms=e-commerce)

[#click&collect](/recherche?terms=click%26collect) (/recherche?terms=click%26collect)

[#web-to-store](/recherche?terms=web-to-store) (/recherche?terms=web-to-store)

[#store locator](/recherche?terms=store%20locator) (/recherche?terms=store%20locator)

8 1



Vous devez être connecté pour pouvoir commenter

[Connexion \(\)](#)



Commenter



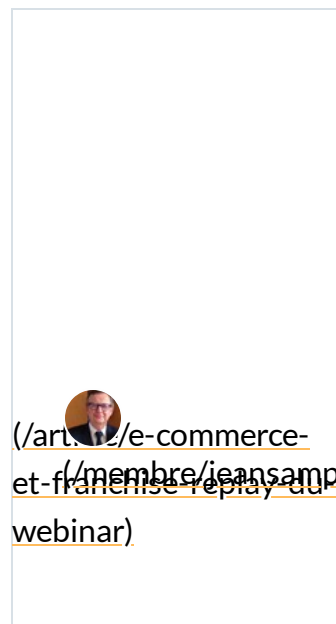
[\(/membre/thierrygrammer\)](/membre/thierrygrammer)

**ThierryGrammer** (</membre/thierrygrammer>) Re...

Merci Ludivine pour cet article intéressant!!!

1 Répondre • 24/12/2020

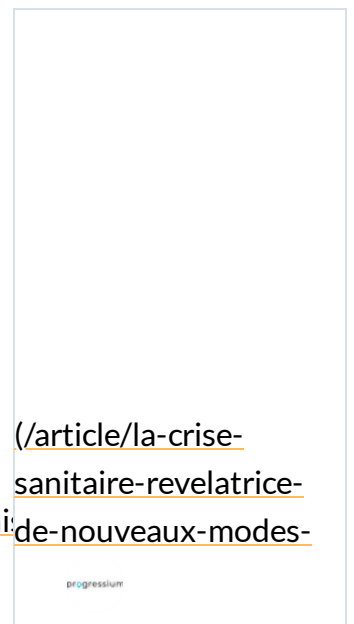
## Recommandations d'article



[\(/article/e-commerce-et-franchise-replay-du-webinar\)](/article/e-commerce-et-franchise-replay-du-webinar)



[\(/article/les-chiffres-du-e-commerce-merce-que-la-franchise-doit-connaître\)](/article/les-chiffres-du-e-commerce-merce-que-la-franchise-doit-connaître)



[\(/article/la-crise-sanitaire-revelatrice-de-nouveaux-modes\)](/article/la-crise-sanitaire-revelatrice-de-nouveaux-modes)

progressium



Article

**e-commerce et franchise**  
**Replay du webinar**

[\(/article/e-](#)

3 

[\\_D \(/article/e-commerce-et-franchise-replay-du-webinar\)](#)

Article

**Les chiffres du e-commerce**  
**que la franchise doit connaître**

[\(/article/les-](#)



[\\_D \(/article/les-chiffres-du-e-commerce-que-la-franchise-doit-connaître\)](#)

**de-vie/progressium)**  
**consommation)**

Article

**La crise sanitaire, révélatrice de nouveaux modes de vie et de**

5 

[\\_D \(/article/la-crise-sanitaire-revelatrice-de-nouveaux-modes-de-vie-et-de-consommation\)](#)



Mentions légales • [Conditions générales d'utilisation](#) • [Politique de confidentialité \(/confidentialite\)](#)

