



(/membre/laredactionduclub)

# Implantation, maillage territorial : comment les réseaux identifient les secteurs à potentiel ?

*Les études de géomarketing sont au cœur de la nouvelle stratégie déployée par les réseaux pour conquérir de nouvelles parts de marchés.*

A l'image d'un conquérant s'apprêtant à entrer sur un nouveau territoire, les réseaux passent au crible toutes les données susceptibles d'avoir des incidences sur leurs futurs projets. En France, plusieurs cabinets dédiés aux études de **géomarketing** ont émergé à côté de ceux que nous connaissons depuis des lustres. La revue automobile l'Argus relevait l'an dernier que **les concessionnaires et les enseignes de l'automobile y ont souvent recours** pour déterminer leurs prochaines implantations. Nous ajoutons que **les franchisés et les franchiseurs sont aussi de gros consommateurs de ces études** et pas seulement pour les ELM (Etats locaux de marché pour le DIP, le document d'information précontractuel).

Catégorie socioprofessionnelle des clients, identification, voire analyse des concurrents présents dans la zone de couverture ou encore taux d'équipement, **tout est passé au peigne fin pour ancrer le maillage territorial d'un réseau ou limiter les risques.**

## Consolider l'expansion du réseau

Flash études dirigé par [Claire Baudouin](#)

(<https://franchisebusinessclub.com/membre/clairebaudouin>) et PF Marketing dirigé par [Pierre Fleury](https://franchisebusinessclub.com/membre/pierrefleury/a-propos) (<https://franchisebusinessclub.com/membre/pierrefleury/a-propos>) sont parmi ces cabinets d'études qui montent et auxquels font appel de nombreux réseaux de franchise et de de concession. En amont, et même en aval, du projet, ces cabinets rassemblent toutes les informations utiles aux enseignes. Le traditionnel besoin de connaissance de la zone de chalandise et de plus en plus la volonté de connaître le consommateur sont au coeur des préoccupations des futurs entreprises pour "mesurer" mais aussi de plus en plus pour "comprendre".



**Les unités pilotes** développées en propre par les franchiseurs doivent permettre dans un premier temps d'**identifier les caractéristiques que l'on doit retrouver** dans les territoires à choisir **pour le développement** en réseau par des unités viables et l'on comprend qu'il vaut mieux avoir plusieurs pilotes dans des zones différentes pour acquérir ce savoir.

**Les études de géomarketing** permettent de savoir quelles zones reproduisent les caractéristiques nécessaires à la viabilité des unités dupliquées sur le concept des pilotes. Elles chiffrent un potentiel de marché mais de plus en plus permettent de définir le profil des consommateurs locaux et de savoir comment les séduire, les conquérir et les fidéliser. Quelques entreprises font ces études en interne en combinant les données de l'INSEE et celles disponibles sur la carte fidélité de leurs clients par exemple pour **fixer la viabilité et la rentabilité de chaque projet**. Mais cela les responsabilise en cas de non réussite du franchisé ou concessionnaire et de plus en plus les réseaux préfèrent sous-traiter tout ou partie de ces études surtout si elles concernent des franchisés pour qu'on ne puisse pas leur reprocher d'avoir biaisé le consentement de l'adhérent par des chiffres trop optimistes ou des études manquant de professionnalisme.

## **Accélérer le maillage territorial par la connaissance la plus fine des sites visés, clé de la rentabilité**

Ces études sont d'autant plus déterminantes que les objectifs de développement des franchiseurs ou autres réseaux sont tellement importants qu'il faut hiérarchiser et prioriser plutôt que d'ouvrir parce qu'un candidat se présente sur place.

Une autre tendance est de réfléchir à l'adaptation des concepts pour s'implanter dans des villes moyennes voire des zones rurales ce qui ne se fait ni sans tester par de nouveaux pilotes ni sans études complémentaires de l'impact sur la zone de chalandise de modifications de la surface, de l'assortiment, etc...

### **A noter deux ateliers du club**

qui incluront les études avant et après implantation au second trimestre :

- **12 mai : De l'étude de marché au financement du franchisé.**
- **9 juin : Comment analyser et booster la performance d'un franchisé ?**





()

[#elm \(/recherche?terms=elm\)](#) [#dip \(/recherche?terms=dip\)](#) [#doubin \(/recherche?terms=doubin\)](#)  
[#etude de marché \(/recherche?terms=etude%20de%20march%C3%A9\)](#)  
[# autorisation franchise tunisie \(/recherche?terms=%20autorisation%20franchise%20tunisie\)](#)

3 () 2 ()

()

Vous devez être connecté pour pouvoir commenter

[Connexion \(\)](#)



Commenter



[\(/membre/pierregreen\)](#)

**PierreGreen (/membre/pierregreen)** Demande poste Responsable Déve...

Rien ne vaut une bonne base de données interne grâce à des pilotes mais on a rarement assez de données pour se passer de prestataires externes.

Répondre • 17/04/2018



[\(/membre/jeansamper\)](#)


**JeanSamper (/membre/jeansamper)** Consultant Expert en Franchise

Merci à la rédaction du club pour cet article. Merci aussi à @ClaireBaudouin de rappeler que le client demeure au centre du business car parfois un réseau pourrait l'oublier un peu à force de chercher à convaincre...le candidat franchisé.

Répondre • 17/09/2019

## Recommandations d'article



 (/article/les-bases-de-la-franchise-en-9-questions) (/membre/jeansamper)

Article


### **Les bases de la franchise en 9 questions**

(/article/les-bases-de-la-



1 

(/article/les-bases-de-la-franchise-en-9-questions)

 (/article/nouveautes-dans-la-jurisprudence-franchise-debut-2023) (/p/jurisprudence-dans-la-jurisprudence-franchise) 15 février 2023

Article


### **Nouveautés dans la jurisprudence début 2023**

(/article/nouveau



0 

(/article/nouveautes-dans-la-jurisprudence-debut-2023)

 (/article/7-conseils-pour-les-futurs-franchiseurs) (/membre/martinadministrateur)

Article

### **7 conseils pour les futurs franchiseurs**

(/article/7-conseils-pour-



0 

(/article/7-conseils-pour-les-futurs-franchiseurs)



Mentions légales • Conditions générales d'utilisation • Politique de confidentialité (/confidentialite)

