



(/membre/alexisbrane)

Réseau d'enseigne : 6 clés de succès pour fédérer votre réseau autour de votre image de marque



()

Parce que la réussite de votre réseau de franchise passe par une image forte, la transmission de vos valeurs et savoir-faire, est essentielle à votre bon développement. (Le Franchise Business Club republie cet article basique de A Brane)



Comment fédérer vos points de vente autour de votre image ?

Retrouvez dans cet article quelques conseils.

I) Créer un lieu identique, quelque soit l'endroit

▣ Devenir un acteur reconnu

L'un des plus grands challenges d'une tête de réseau est de parvenir à ce que l'identité de sa marque apparaisse comme une évidence.

À l'évocation de son nom devrait apparaître en image mentale les éléments forts de l'identité qui la composent : un slogan, une police d'écriture, une couleur précise ou autre.

Dans un premier temps, façonnez cette image de marque en répondant aux questions qui établiront votre fil rouge : quelle est ma valeur ajoutée ? Quelle émotion ai-je envie de transmettre ? Quelle est ma philosophie ?

Dans un second temps, il faudra le retranscrire dans votre plan de communication et veiller à ce que chaque point de vente l'observe. C'est toute la difficulté d'une Enseigne qui vise à se déployer sur une zone géographique étendue : son image doit rester fidèle à ce que la tête de réseau souhaite retransmettre.

Une image forte, diffusée à l'échelle nationale aura tendance à rassurer votre consommateur. En effet, il appréciera de retrouver autant dans sa ville favorite que sur son lieu de vacances une enseigne qu'il connaît et reconnaît.

Lorsque vous parviendrez à acquérir une bonne notoriété autour de votre marque, vos clients seront rassurés et encouragés à pousser la porte de vos points de vente : même dans un lieu inconnu, ils savent qu'ils vont entrer dans un endroit qui leur est familier !

▣ Partager sa vision, pour construire son image auprès des points de vente

Comme chaque point de vente dispose des signes distinctifs de votre marque en devanture (logo, marque commerciale, slogan, charte graphique, aménagement des points de vente, etc.), la visibilité de la marque s'en trouve renforcée.

Chacun devient ainsi l'ambassadeur de l'Enseigne au plus près des consommateurs. En partageant la vision de votre marque, la franchise ou la succursale jouera un rôle dans la communication ainsi que dans le développement d'une image positive.



Plus le réseau est développé, plus il a de chance de nouer des partenariats locaux forts pour renforcer davantage sa visibilité ! Sans compter qu'une marque qui sait fédérer autour de son image, sera plus attractive auprès des entrepreneurs.

C'est en fédérant les membres de votre réseau autour de votre image que vous parviendrez à la faire comprendre et la diffuser comme il se doit. Pas à pas, vous deviendrez un acteur national reconnu tant par les futurs consommateurs que les futurs candidats à la franchise.

II) Harmoniser sa communication cross-canal

□ L'animateur réseau : un acteur majeur qui veille à la bonne communication de votre image

L'animateur réseau assure l'interface entre la tête de réseau et les points de vente. Il veille au bon déploiement et à la bonne application de la stratégie de la tête de réseau.

L'animateur réseau permet à la fois d'accompagner un point de vente en phase d'ouverture mais également de faire remonter les informations en cas de situation difficile ou encore de fournir des conseils et bonnes pratiques pour s'assurer de la bonne diffusion du savoir-faire.

L'animateur réseau joue donc un rôle essentiel pour fédérer vos points de vente autour de votre image.

✂ S'appuyer sur des outils de communication interne et externe

Afin d'harmoniser la communication de votre image auprès de vos différents points de vente, la mise à disposition d'outils pour communiquer en interne ainsi qu'en externe est capitale.

En fournissant des outils dématérialisés qui seront accessibles facilement, vos points de vente gagneront en efficacité : Intranet, Boutique en ligne ou encore des Newsletters.

En proposant des supports de communication (plaquette de prospections type Flyers, cartes de visite, dépliants, etc..) personnalisables, vos points de vente assurent une communication à l'échelle locale avec des informations propres à son animation. Ceci vous permettra également d'augmenter la fidélisation client.

Certains supports de communication pourront eux, être génériques. Ils seront alors non personnalisables comme les Goodies ou les pochettes à rabat, bac à brochure en plexi ou carton, etc. Ces outils permettent de diffuser une image



globale, tout en réalisant des économies d'échelle dans la commande. Effectivement, le tarif unitaire sera inférieur à une production spécifique pour un seul support de communication.

Ces différents outils digitalisés, centralisés parfois ou personnalisables, permettront de faciliter la communication pour le point de vente tout en gardant un contrôle des éléments de communication afférents à votre image.

III) Savoir transmettre sa vision

🔍 Véhiculer son savoir-faire

La principale difficulté dans l'harmonisation de votre communication auprès des membres de votre réseau réside dans la transmission. Le savoir-faire de votre Enseigne, que vous avez façonné au fil du temps, doit être appliqué avec soin par les franchisés ou les succursales.

Pour ce faire, il sera nécessaire d'instaurer après signature du contrat, une formation initiale. Étape essentielle à la fédération de son image, cette formation vise à transmettre l'ensemble des méthodes et processus spécifiques à votre Enseigne.

Une fois cette session de formation terminée, vous pourrez remettre un manuel de communication détaillant votre savoir-faire. Véritable support pour le point de vente, ce guide n'est pas immuable et évoluera en fonction du développement de l'image de l'Enseigne.

📌 Engager les membres de votre réseau

Ce principe d'uniformité sera possible en maintenant un niveau de qualité d'excellence continue.

D'une part, votre Enseigne pourra proposer régulièrement de nouveaux supports de communication, faire évoluer sa charte graphique pour s'adapter au marché ; l'idée étant de se montrer à l'écoute des besoins et être force de proposition.

D'autre part, rendre acteur ses points de vente est essentiel à la bonne communication et synergie de votre réseau. A travers des séminaires ou autre réunion, n'hésitez pas à demander à chaque point de vente son avis et vous montrer à la fois réactif et proche de votre réseau.

Les conventions sont un excellent moyen de fédérer votre image tout en construisant avec votre réseau le développement de votre identité. Appelées « comités de travail » ou « conventions de travail », elles ont lieu généralement trois



à cinq fois par an et portent sur des thématiques bien particulières, choisies au préalable en fonction des besoins du groupe.

Il existe également des comités de travail particuliers appelés « comité de suggestions ». Ces réunions permettent de rassembler quelques adhérents pour discuter de sujets relatifs à l'avenir du réseau.

Un bon dialogue entre franchiseur et franchisés est indispensable pour faire appliquer la stratégie de communication de l'enseigne en expliquant, montrant voire décryptant les décisions prises lorsque cela est nécessaire.

Fédérer les membres de son réseau autour de votre image est une mission nécessaire au bon développement de son réseau. Être reconnu nationalement permettra à votre réseau d'instaurer un climat de confiance envers vos consommateurs où qu'ils soient.

C'est par l'engagement des membres du réseau, que votre Enseigne pourra asseoir sa vision et son savoir-faire. En instaurant des outils internes vous faciliterez la communication avec vos points de vente ainsi que le contrôle de votre image.

[#reseau d'enseigne \(/recherche?terms=reseau%20d'enseigne\)](#)

[#fédérer \(/recherche?terms=f%C3%A9d%C3%A9rer\)](#)

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

[#développement \(/recherche?terms=d%C3%A9v%C3%A9loppement\)](#)

[#notoriété \(/recherche?terms=notoriété\)](#)



[#point de vente \(/recherche?terms=point%20de%20vente\)](#)

[#animateur \(/recherche?terms=animateur\)](#) [#animation \(/recherche?terms=animation\)](#)

[#supports de communication \(/recherche?terms=supports%20de%20communication\)](#)

[#boutique en ligne \(/recherche?terms=boutique%20en%20ligne\)](#)

[#charte graphique \(/recherche?terms=charte%20graphique%20\)](#)

2  1 



Vous devez être connecté pour pouvoir commenter

[Connexion \(\)](#)



Commenter





Merci pour ces conseils!!!

(/membre/thierrygrammer) 1 ❤️ 🗨️ Répondre • 03/02/2021

Recommandations d'article

(/art.../peut-on-externaliser-l-animateur-de-reseau) (membre/martinadmini)

Article

Peut-on externaliser l'animateur de réseau ?

(/article/peut-on-externaliser-l-animateur-de-reseau)

2 ❤️

1 🗨️

(/article/peut-on-externaliser-l-animateur-de-reseau)

(/article/l-animation-cle-de-voûte-de-la-perennite-du-reseau-de-franchise) (membre/jeansamper)

Article

L'animation : Clé de voûte de la pérennité du réseau de franchise

...

5 ❤️

1 🗨️ (/article/l-animation-cle-de-voûte-de-la-perennite-du-reseau-de-franchise)

(/article/l-apres-covid-19-les-nouveaux-outils-de-communication-plus-rapides-et-flexibles-des-reseaux-de-franchises) (membre/jeanhgagnon)

Article

L'après COVID-19 : Les nouveaux outils de communication plus rapides et

4 ❤️

5 🗨️ (/article/l-apres-covid-19-les-nouveaux-outils-de-communication-plus-rapides-et-flexibles-des-reseaux-de-franchises)

05 jan 2021



