

# ENSEIGNES, RÉSEAUX & FRANCHISES

10 questions à se poser avant de donner l'autonomie à vos points de vente locaux

*Checklist*



Souriez, vous faites du marketing relationnel avec

**digitaleo**  
BUSINESS BOOSTER

# INTRODUCTION

# Avant de commencer...

“ **Les règles du jeu ont changé.** Il est loin le temps où un responsable de réseau pouvait gérer sa politique marketing et commerciale de manière pyramidale, en imposant messages et campagnes à ses points de vente par la centralisation. Cette hypercentralisation a nui considérablement à la dynamique commerciale en tuant la réactivité pourtant essentielle dans le commerce.

**Trois tendances de fond**, étroitement liées entre elles, ont changé la donne :

- > l'essor de l'e-commerce,
- > un rééquilibrage du pouvoir entre consommateurs / distributeurs et producteurs,
- > le besoin de créer de l'animation en point de vente pour renforcer le lien avec les consommateurs, et ainsi se différencier des pure-players du web.

Si vous souhaitez prendre part à cette mutation, vous trouverez dans cette checklist les 10 questions à vous poser pour savoir si vous êtes prêt à donner de l'autonomie à vos points de vente.

*Extrait du livre blanc "Comment organiser le marketing local de mon réseau de points de vente" - Digitaleo*

# LES 10 QUESTIONS

# 1. Suis-je réellement prêt à déléguer une partie de la communication à mes points de vente locaux ?

Avant de rentrer dans des questions de stratégie ou d'organisation, il est important de se demander si vous êtes réellement prêt à déléguer la communication ou une partie à vos points de vente locaux.

**En effet, décentraliser vos campagnes demande une partie de délégation et de confiance.**

Ce n'est pas toujours évident au départ mais avec l'expérience et l'usage vous verrez que vous y serez gagnant.



Je suis prêt

## 2. Est-ce que ma stratégie est bien scindée pour savoir ce que va faire le national et ce que va faire le local ?

Si vous êtes prêt à passer à une organisation qui délègue au local la possibilité de communiquer directement auprès de leur clientèle, alors vient ensuite la question de qui fait quoi ? Il est impératif d'établir une stratégie claire et différenciée pour éviter les erreurs et les redondances.

**C'est à vous de dire clairement sur quoi vous laissez la main au local et sur quels types de campagnes, vos équipes nationales gardent le contrôle.**



**Je suis prêt**

### 3. Est-ce que ma stratégie est suffisamment claire et précise pour informer le local ?

Troisième question que vous devez vous poser avant de donner de l'autonomie à votre réseau local, c'est la question des lignes directrices de votre stratégie. Concrètement est-ce que vous savez comment vous allez annoncer ce changement à tout votre réseau ?

**Vous devez avoir une ligne de conduite simple qui détaille pourquoi vous faites cela et donner les objectifs de ce changement. La transparence est mère de sûreté.**



Je suis prêt

## 4. Mes points de vente sont-ils prêts à gagner en autonomie ?

La communication fonctionne dans les deux sens et quand il s'agit d'impliquer des équipes dans la stratégie, il est important de leur demander ce qu'elles pensent de cette organisation. Est-ce qu'elles se sentent capable de prendre part à cette nouvelle méthode ?

**Vous pourrez ainsi comprendre leur motivation, remonter leurs idées mais aussi leurs craintes et ainsi les rassurer sur le déroulement de ce changement.**



Je suis prêt



## 5. Ai-je prévu de la formation pour accompagner mes points de vente dans cette nouvelle stratégie ?

Cette question arrive tout naturellement après la précédente. Mes équipes sont prêtes et volontaires, j'ai donné mes lignes directrices et la stratégie est bien identifiée. Il me reste à définir comment je vais les accompagner et les former aux méthodes de communication actuelles.

**2 solutions : soit vous avez les compétences en interne, autrement n'hésitez pas à faire appel à un consultant externe.**



**Je suis prêt**

## 6. Ai-je les bons outils pour descendre de l'information à mes points de vente ?

Vous avez maintenant tout expliqué à votre réseau et vous avez prévu l'accompagnement. Vient maintenant la question des outils. Est-ce que vous êtes bien équipé pour gérer au mieux cette organisation ? Il ne suffit pas d'envoyer un email récapitulatif en début de semaine à votre réseau pour que les informations soient bien comprises et que vos points de vente communiquent correctement.

**Vous allez devoir partager des contenus, des visuels, un plan d'actions, les événements à ne pas manquer, les temps forts...**



Je suis prêt

## 7. Ai-je suffisamment de contenus à partager à mes points de vente ?

Nous en venons à la partie contenu. Il va nécessairement vous falloir de la matière à diffuser à votre réseau. En effet, c'est au siège que vous avez les équipes marketing qui vont être en mesure de créer du contenu. Pour maîtriser votre charte graphique et respecter l'image de marque, il est déconseillé de laisser le local créer les contenus.

**Deux raisons : il faut que vos points de vente restent concentrés sur le relationnel client et cela évitera également des erreurs et que chacun fasse n'importe quoi.**



Je suis prêt

## 8. Est-ce que mon calendrier marketing est prêt et suffisamment complet pour envoyer au local ?

Le calendrier marketing est un terme à la mode aujourd'hui mais il est quand même très utile. Il va permettre à vos points de vente locaux d'avoir une vision globale des temps forts de communication annuelle à ne pas manquer.

Ils vont ainsi gagner du temps et être capable de préparer chaque campagne en avance.



Je suis prêt

→ [Téléchargez notre calendrier marketing 2018 et ne manquez plus aucun temps forts pour votre communication locale](#)

## 9. Ai-je prévu de faire un pilote pour tester cette démarche ?

Cette question est assez implicite, surtout quand vous avez un très grand réseau de points de vente.. Il est évident que la transformation de votre organisation ne va pas se faire sur l'ensemble de vos magasins d'un seul coup.

**Le processus pourrait être très lourd. Il est conseillé de choisir un petit nombre de points de vente avec lesquels tester ce programme pilote.**



Je suis prêt

# 10. Mon pilote a-t-il duré assez longtemps pour obtenir des informations pertinentes et mesurables ?

Nous conseillons également de réaliser des pilotes dans la durée. 6 mois c'est la durée minimum pour bien tester une nouvelle organisation et surtout avoir des données suffisamment pertinentes pour analyser la performance.

**Pensez à bien définir vos indicateurs de suivi pour savoir si vous devez élargir à tout votre réseau ou si c'est encore trop tôt.**



**Je suis prêt**

# Pour aller plus loin : Comment organiser son marketing distribué ?



50 pages de  
méthodes et cas  
clients qui ont fait  
leur preuve

TELECHARGER GRATUITEMENT

# A propos de l'auteur

## *Sébastien Briot*



**Responsable marketing digital**  
[sbriot@digitaleo.com](mailto:sbriot@digitaleo.com)



Diplômé d'un Master 2 en Marketing à l'INSEEC, et après une expérience de cadre commercial, je décide d'entreprendre rapidement et fonde en 2013 avec Samy GIACOMEL l'agence webmarketing Imaginative basée à Rennes.

En 2015, Digitaleo – spécialiste du marketing relationnel – complète son offre en faisant l'acquisition de notre société et de notre éditeur de sites Internet MYEBOX vendu sous forme d'abonnement.

Aujourd'hui Responsable Marketing Digital, je mets toute mon expertise et mon expérience au service de Digitaleo et de mon équipe.



## Résumé de cette checklist :

Cette checklist a vocation à vous préparer de la meilleure des manières à donner de l'autonomie à vos points de vente locaux.

Pour se faire, nous avons pensé à 10 questions que vous devez avoir préparé avant de vous lancer dans cette organisation. **Si vous répondez positivement à la majorité des interrogations présentes dans cette checklist, alors il semble que vous soyez prêt à donner la main à vos points de vente locaux.**

**Digitaleo**  
BUSINESS BOOSTER

Pour en savoir plus sur nos offres et services,  
contactez-nous :

**02 56 03 67 00**

**[www.digitaleo.fr](http://www.digitaleo.fr)**

