

Enseignes, marques et réseaux

Nos conseils pour animer votre réseau efficacement

Ebook

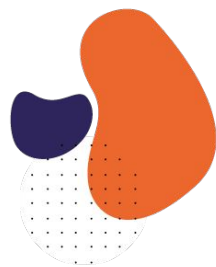


digitaleo
BUSINESS BOOSTER

Sommaire

LE SAVIEZ-VOUS ?	.3
CONSEIL N°1 : DONNEZ DE L'AUTONOMIE AU LOCAL	.5
CONSEIL N°2 : INSTAUREZ DES PROCESS DE VALIDATION	.9
CONSEIL N°3 : COORDONNEZ LES CAMPAGNES DE VOTRE RÉSEAU	.13
CONSEIL N°4 : PARTAGEZ LES PRATIQUES	.17
CONSEIL N°5 : FÉDÉREZ VOS POINTS DE VENTE	.21
POUR FINIR.	.25

Le saviez-vous?

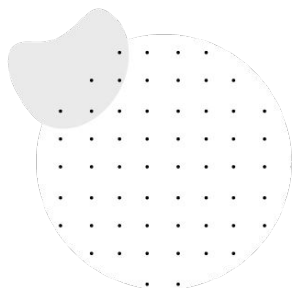


76%

des français affirment vouloir **acheter auprès de marques qui personnalisent leurs communications** marketing¹. Et vu la tendance, ce chiffre va encore augmenter dans les mois à venir.

79%

des marques ayant **dépassé leur prévision annuelle** de chiffre d'affaires avaient préalablement mis en œuvre une **stratégie de personnalisation client**².



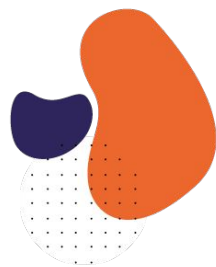
Une animation de réseau réussie passe par la décentralisation marketing

Exit le marketing de masse : les consommateurs souhaitent dorénavant **recevoir des communications personnalisées**. Pour remédier à cela, de plus en plus de réseaux commencent à **déléguer la gestion des actions de communication à leurs points de vente**. D'après notre expérience, il existe encore une certaine réticence des réseaux à décentraliser. En voici quelques raisons :

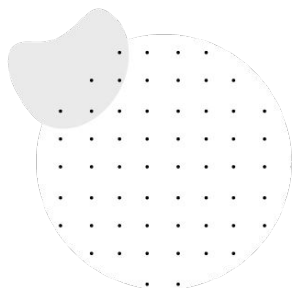
- La volonté de **contrôler l'image de marque** sur tout le réseau
- Le sentiment d'un **manque d'expertise au local**
- Le risque d'une **pression marketing** moins bien maîtrisée

Peut-être vous êtes vous reconnu dans ces freins ?

Pas de panique. Que vous travailliez pour **une marque ou un réseau**, voici **5 conseils pour animer votre réseau efficacement**, ainsi que **quelques idées** à mettre en place directement dans votre entreprise.



CONSEIL N°1 : **Donnez de** **l'autonomie au local**



Pourquoi laisser de l'autonomie au local ?

1. **Une meilleure expérience client**

Vos points de vente possèdent de précieuses données sur vos clients qui ne remontent pas forcément jusqu'au siège. Elles représentent pourtant une réelle valeur ajoutée et permettent de mieux engager vos cibles au travers d'une communication beaucoup plus personnalisée.

2. **Une meilleure réactivité locale**

Un produit qui fait fureur ? Un événement local qui va attirer beaucoup de potentiels clients ? Ces opportunités commerciales ne sont détectables que par le local. Mettez-leur à disposition des outils de communication leur permettant de tirer profit de ces événements et ainsi générer du chiffre d'affaires.

3. **Gagnez du temps au siège... et au local**

Déléguer des actions comme la création de campagnes personnalisées pour tout un réseau représente un gain de temps :

- Pour le siège, qui va se concentrer sur des tâches à plus forte valeur ajoutée
- Pour le local, qui va pouvoir être réactif et ne pas être dépendant des délais de réponse du siège.

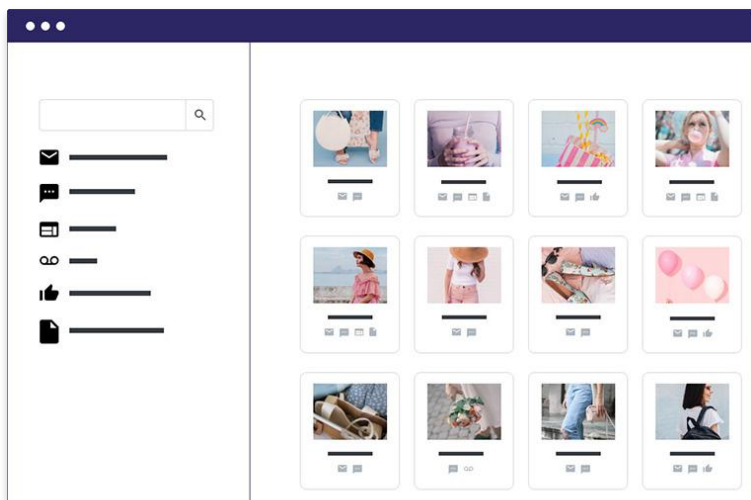
Comment puis-je les laisser s'exprimer ?

Créez et partagez des contenus prêts à l'emploi à vos points de vente !

En leur partageant des contenus prêts à l'emploi, vous leur mettez **tous les outils à disposition pour communiquer rapidement et efficacement**. Vous leur donnez la marge de manoeuvre nécessaire pour qu'ils réagissent rapidement, et vous pouvez ainsi **vous concentrer sur des tâches à plus forte valeur ajoutée**.



Il existe aujourd'hui **des logiciels** qui vous permettent de **créer des modèles de campagnes prêts à l'emploi** pour le local, qui n'aura qu'à les **personnaliser** !



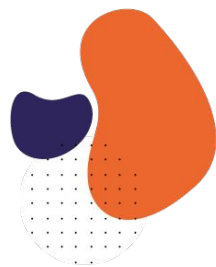


Chaque région où vous êtes implanté possède ses propres spécialités, spécificités et clients !

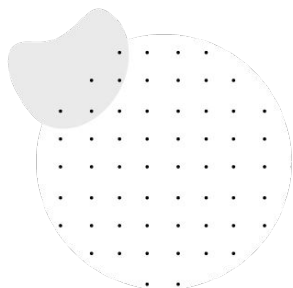
Par exemple, en Bretagne (région qui nous est chère), le beurre salé qui est plébiscité par 89% des habitants, sera plus facilement **mis en avant dans des communications en grande distribution** qu'en Bourgogne-Franche-Comté, où seuls 22% des habitants en consomment³.

Et vous, quelles sont les spécificités de vos points de vente ?





CONSEIL N°2 : Instaurez des process de validation



Pourquoi instaurer des process de validation ?

Une des principales problématiques des entreprises que nous accompagnons est **la maîtrise de leur image de marque**. Les process de validation sont justement des moyens efficaces pour **garder un certain contrôle sur votre image** et donc continuer à perpétuer votre histoire et votre savoir-faire. Ils permettent **d'éviter certaines mauvaises surprises** en termes de communication :

Une dégradation de l'image en utilisant, par exemple, des **images de mauvaise qualité** ou encore des **images non libres de droit** qui peuvent même conduire à des sanctions juridiques.

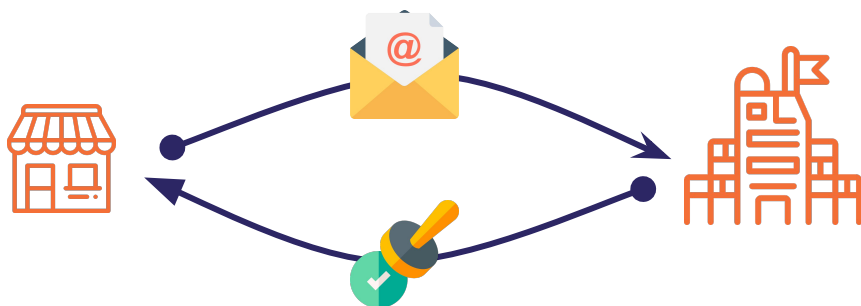
Une incohérence entre le national et le local : vous avez des valeurs, un savoir-faire et un savoir-être à transmettre en interne, mais aussi en externe pour **faire rayonner votre marque**. Le ton, les éléments relayés doivent donc **garder une cohérence entre le local et le national**.

En échangeant régulièrement avec vos points de vente, **vous les rassurerez** aussi sur la bonne marche des opérations à effectuer.

Comment garder le contrôle de mon image ?

Tout simplement en instaurant des workflows de validation pour garder une cohérence sur vos communications nationales et locales.

Dans notre contexte cela est particulièrement intéressant pour **donner de l'autonomie à vos points de vente** tout en **gardant un certain contrôle sur le rendu final** de la communication.



Concrètement, vous recevez une notification **dès qu'un de vos points de vente programme une campagne**. L'envoi se fait **seulement** lorsque vous avez validé la campagne.

C'est une fonctionnalité essentielle dans le choix de votre logiciel de communication car c'est un moyen efficace pour **garantir le respect de votre image de marque**, et qui permettra de rassurer vos points de vente.

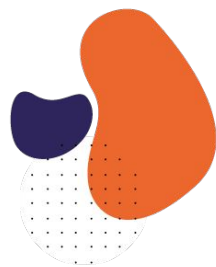


Pour aller encore plus loin dans la maîtrise de vos communications :

Certains logiciels proposent même de **bloquer certaines parties d'une campagne** au moment de la création du modèle.

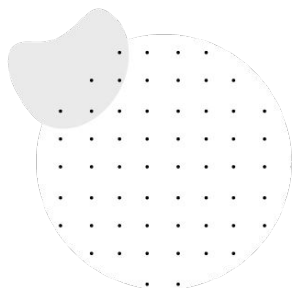
L'objectif : **protéger les informations et les éléments graphiques** qui doivent absolument apparaître dans la communication.





CONSEIL N°3 :

Coordonnez les campagnes de votre réseau



Pourquoi coordonner les campagnes de mon réseau ?

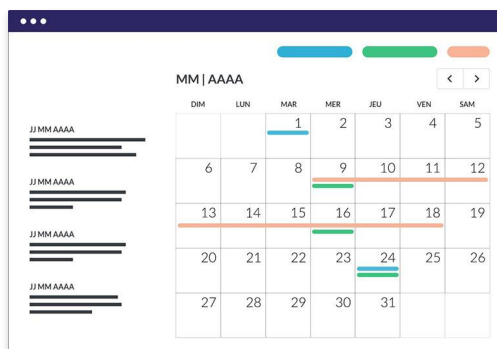
En laissant la main à vos points de vente sur leur communication, **vous gagnez en réactivité et en pertinence**. Cependant, en plus des campagnes nationales, les points de vente ont leurs **propres événements sur lesquels ils peuvent communiquer**.

Résultats : pression marketing mal gérée, mauvais timing de campagne, messages redondants... Les opérations marketing peuvent vite **devenir contre-productives si elles ne sont pas bien organisées**.

Il va donc falloir que vous **coordonniez les campagnes de communication** de vos points de vente. **Collaborez avec eux** pour vous assurer qu'ils communiqueront **au bon moment, à la bonne cible, avec le bon message**.

Comment piloter les campagnes de mon réseau ?

Créez et partagez un calendrier marketing avec tout votre réseau ! Ainsi, vos points de vente et le siège seront parfaitement alignés, et auront une vision d'ensemble sur les campagnes en cours ou à venir sur les 6 prochains mois.



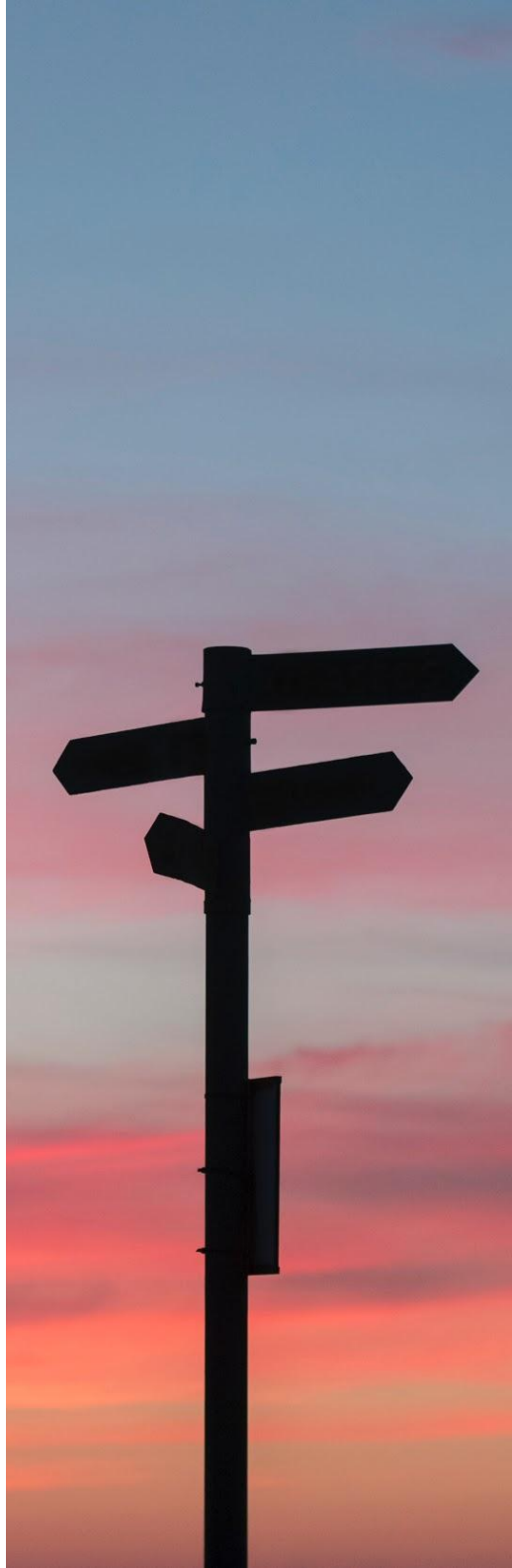
Le calendrier marketing vous sera utile pour, entre autres :

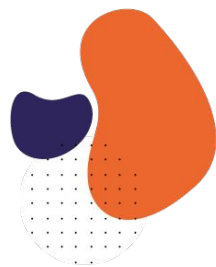
- **Anticiper vos prises de parole** : planifier vos communications vous permettra de gagner du temps et de vous consacrer à d'autres sujets
- **Veiller à la variété de vos communications** : le calendrier vous donne une vision d'ensemble des communications, c'est un bon moyen pour diversifier les canaux notamment
- **Mesurer les performances** de vos campagnes et **identifier des axes d'améliorations** pour le prochain temps fort similaire



N'oubliez pas !

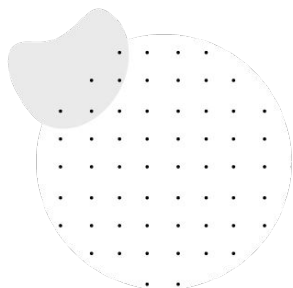
En plus du partage du calendrier marketing, n'hésitez pas à prendre connaissance **des événements au local** et à aider vos points de vente, au moins au début, sur **les bonnes méthodes** pour transformer ces événements en **opportunités commerciales**. Vous les rassurerez ainsi sur la **bonne marche des opérations**, et **développerez leur proactivité**.





CONSEIL N°4 :

Partagez les bonnes pratiques



Pourquoi le partage de bonnes pratiques est utile pour l'animation de mon réseau ?

Il est important de dire à vos points de vente ce qui fonctionne (ou pas) et **leur montrer comment ils peuvent s'améliorer**. Concrètement, votre réseau a besoin d'être inspiré :

Par votre expérience et vos compétences au siège, que ce soit en marketing ou en technique de vente

Par l'expérience d'autres points de vente qui performement mieux qu'eux

En partageant **votre expertise et les retours d'expériences des meilleurs points de vente**, vous créez une **dynamique collaborative** qui sera bénéfique à tous ! De plus, cela motivera vos points de vente : **les mettre en avant et leur donner de la reconnaissance augmenterait de 46%⁴ leurs performances !**

Comment diffuser les bonnes pratiques ?

Un de vos points de vente a mis en place une campagne qui a rencontré un franc succès ? **Créez alors un modèle de communication et partagez-le à l'ensemble de votre réseau** pour généraliser la campagne.

Pour repérer les bonnes pratiques et donc les bons (et les moins bons) élèves, vous avez besoin d'avoir accès à **différentes données** : des résultats liés aux ventes (CA, panier moyen, trafic) mais aussi des résultats liés aux campagnes (taux d'ouverture, taux de clic, taux de désabonnement, etc...).



Des logiciels vous permettent de repérer en un coup d'oeil **les ambassadeurs mais aussi les points de vente qui peuvent être aidés**. N'oubliez pas que **le suivi des résultats** est un élément clé pour améliorer les pratiques au sein de votre réseau. Vous pouvez ainsi **vous rapprocher des points de vente en difficulté** et vous appuyer sur **des retours d'expérience** d'autres magasins pour les aider à progresser.

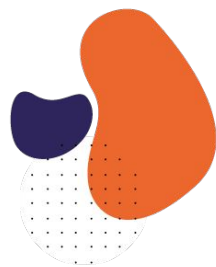


En bref, **en analysant les performances de votre réseau**, vous détecterez :

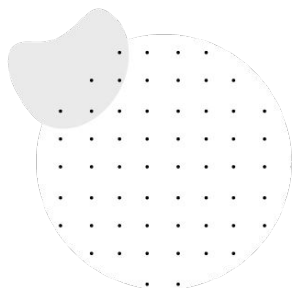
- Vos ambassadeurs
- Les points de vente à qui il manque de la formation, des ressources, des outils, etc.

En partageant les bonnes pratiques, **vous ferez monter tout votre réseau en compétences !**





CONSEIL N°5 : Fédérez vos points de vente



Quelles sont les forces d'un réseau fédéré ?

Renforcer la cohésion de son réseau, c'est **faire grandir ses équipes** tout en **développant la motivation des points de vente**. Fédérer un réseau est le meilleur moyen d'en dynamiser ses acteurs et les inciter à **s'impliquer et à s'appliquer**.

Chaque membre du réseau doit éprouver **un sentiment d'appartenance** : vos points de vente doivent se sentir accompagnés, aidés et intégrés pour faire rayonner l'entreprise au global.

Pour **64%**⁵ des forces de vente, une bonne communication entre la tête de réseau et le point de vente est primordiale pour la pérennité du réseau. Une **bonne communication interne** permet donc non seulement de fidéliser vos membres existants, mais aussi **d'instaurer un climat positif autour de votre marque** pour attirer les futurs membres de votre réseau.

N'oubliez pas que **les premiers ambassadeurs de votre marque sont vos points de vente !**

Quelles actions mettre en place pour fédérer mon réseau ?

Globalement, si vous suivez les 4 précédents conseils, **la collaboration au sein de votre réseau** ainsi que le **sentiment d'accompagnement et d'appartenance** de vos points de vente devraient s'en trouver **renforcés**.

Mettre en place des actions pour faciliter la vie des membres de votre réseau et les performances de vos points de vente est un très bon moyen de **montrer votre engagement auprès du local**.

Pour aller plus loin dans ce sentiment d'appartenance, **choisissez des outils à votre image !**



Dans l'accompagnement de votre réseau, vous serez sûrement amenés à **intégrer des outils** (de caisse, de commandes, de facturation, de marketing direct) à vos points de vente.

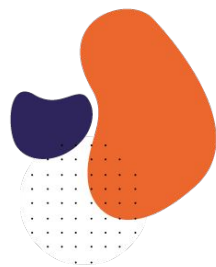
Facilitez alors l'adhésion à ses outils en les choisissant :

- Habillés de vos couleurs
- Ornés de votre logo

En clair, **adoptez des outils qui vous ressemblent !**



Pour finir

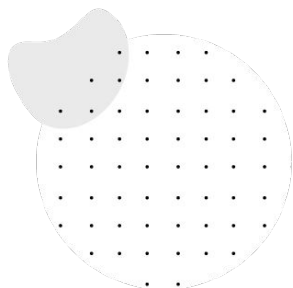


Ces 5 conseils, s'ils sont bien appliqués, vous permettront de **développer votre communication de proximité** et de faire la part belle au local dans votre stratégie marketing. Vous **engagerez ainsi vos points de vente** et **répondrez aux besoins des consommateurs et de vos clients**.

En effet, **7 français sur 10⁶ pensent que le digital peut créer ou recréer du lien avec le local** : il est donc important de **redonner la main au local** afin de profiter de sa connaissance du terrain et de sa réactivité.

Votre rôle est de mettre entre les mains de vos points de vente tous **les outils nécessaires pour répondre à leurs problématiques**, mais aussi d'aller **plus loin** en leur donnant les moyens de performer et de monter en compétences.

Alors, prêt à relever le défi ?



Sources :

1 - Dangers d'une mauvaise personnalisation

<https://comarketing-news.fr/les-risques-du-marketing-personnalise/>

2 - Plateforme Monetate

3 - Les Français de plus en plus convertis au beurre salé

<https://www.lci.fr/societe/les-francais-de-plus-en-plus-convertis-au-beurre-sale-decouvrez-la-carte-des-plus-gros-consommateurs-2006841.html>

4 - Blog Incenteev

5 - LaTribune.fr

6 - MyDigitalWeek

Ne vous arrêtez pas en si bon chemin, lisez la suite 🧐

Fiche produit Digitaleo



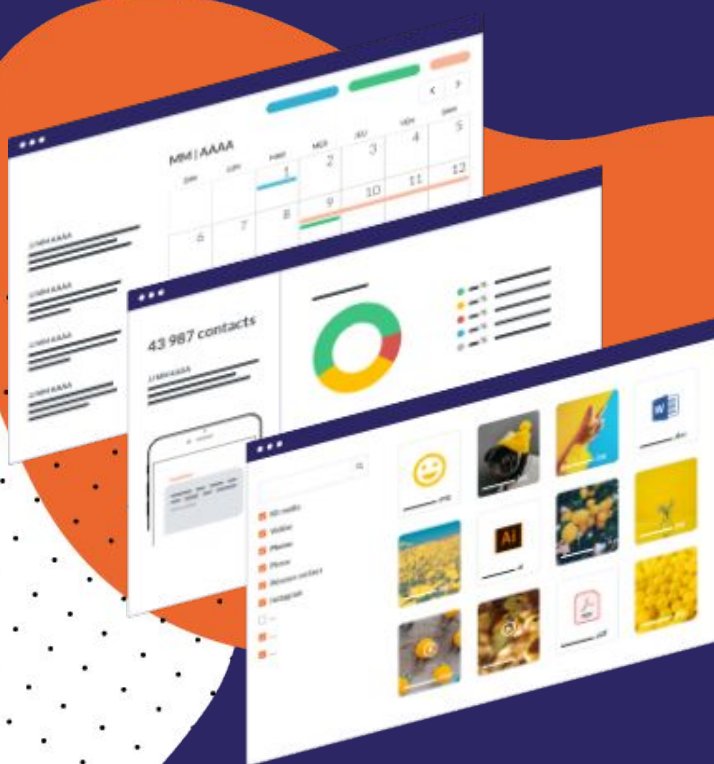
Tout ce qu'il y a à savoir
sur **Digitaleo**, l'outil
parfait pour **l'animation
de réseau**

TÉLÉCHARGER

[Parcourir tous nos contenus](#)

Activez votre communication de proximité

MARQUES • FRANCHISES • DISTRIBUTEURS • COOPÉRATIVES



Découvrez notre plateforme de marketing local collaborative >



Faites le premier pas, contactez-nous 🐣

02 56 03 67 00

www.digitaleo.fr