

Réseaux de franchise : construire une stratégie marketing qui fait mouche même pendant la crise avec PFmarketing

La franchise a le vent en poupe : selon la Fédération Française de la Franchise, le nombre de réseaux et de points de vente a augmenté respectivement de +2,2 et +4 % en 2019. Le chiffre d'affaires du secteur affiche une croissance de + 9,3 % ([source](#)).

Toutefois, ces bons chiffres doivent être mis en perspective car, depuis, la pandémie de Covid-19 est passée par là, générant une crise économique de grande ampleur.

Concrètement cela signifie que pour rebondir et continuer à se développer, les réseaux de franchise n'ont plus le droit à l'erreur : ils doivent faire les bons choix stratégiques, en France et à l'international, pour recruter des franchisés dans les meilleures conditions possibles.

En parallèle, les franchisés sont confrontés à des préoccupations similaires : pour rentabiliser leurs investissements et générer de la croissance, leur implantation doit s'appuyer sur des données fiables afin d'actionner les bons leviers pour attirer rapidement la clientèle.

Dans ce contexte, le cabinet [PFmarketing](#) s'impose comme une référence dans le conseil marketing auprès des réseaux de franchise. Avec une plus-value considérable : la capacité à mixer le meilleur de la technologie (logiciels, data, géomarketing) et un accompagnement 100% personnalisé.



Une autre vision de l'accompagnement des franchiseurs et des franchisés

Pourquoi faudrait-il systématiquement opposer la technologie et l'humain ? le digital et le sur-mesure ? La technologie n'a de sens que si elle contribue à produire des résultats et à se mettre au service d'un objectif précis.

Fondé et présidé par Pierre Fleury, l'actuel Président de la commission des études de la Fédération des Réseaux Européens de Partenariat et de Franchise (IREF), PFmarketing est un cabinet qui utilise le meilleur de la technologie (logiciels de pointe, data) pour réaliser un accompagnement "artisanal".

Il souligne :

Nous proposons un accompagnement entièrement personnalisé pour chacun de nos clients, de la petite TPE/PME jusqu'aux grands groupes. Tout simplement parce que chaque projet, chaque secteur d'activité, et même chaque entreprise va avoir ses particularités.

De plus, grâce à son expertise, PFmarketing a acquis la capacité de réaliser des études de marché tant pour les franchiseurs que pour les franchisés.

Une expertise à 360° dans le conseil marketing

Pour les franchiseurs

Les réseaux de franchise bénéficient d'une assistance :

Dans leurs démarches obligatoires

- Etat général du marché (EGM) de l'enseigne : il s'agit d'une étude complète du secteur d'activité au niveau national (chiffres-clés, profils des consommateurs, législation, concurrence...);
- Etat local du marché (ELM) : il regroupe toutes les informations relatives à la situation sociale, économique et démographique de la zone dans laquelle le futur franchisé va s'implanter.

Ces deux documents doivent être impérativement remis aux candidats à la franchise et être actualisés.

Dans leurs démarches de développement

PFmarketing crée une sectorisation (ou zonification), c'est-à-dire une carte détaillée de France qui présente :

- les secteurs déjà attribués,
- ceux qui peuvent être créés et sur lesquels ils peuvent trouver des franchisés.

Dans leur expansion à l'international

Il peut être judicieux d'envisager un déploiement progressif à l'étranger pour dégager de la croissance.

Pierre Fleury confirme :

Le Québec et le Royaume-Uni représentent notamment des marchés très porteurs. Toutefois, pour s'y implanter, il y a des spécificités locales à prendre en compte. Par exemple, dans le domaine de l'équipement de la personne/de la maison, mais aussi de l'alimentation, le comportement et les attentes des consommateurs britanniques sont très différents de ceux de nos compatriotes.

Pour les futurs franchisés

PFmarketing va réaliser une étude d'implantation complète comprenant notamment :

- l'étude de la concurrence ;
- le benchmark des concurrents ;
- l'étude de la clientèle cible ;
- l'analyse SWOT ;
- l'estimation de chiffre d'affaires à 3 ans.

Un savoir-faire plébiscité par des centaines d'entreprises

Depuis 2009, PFmarketing offre à ses clients des conseils riches, objectifs, en toute indépendance.

Cette proximité, alliée à une grande maîtrise technique, a permis au cabinet de collaborer avec une centaine d'entreprises de toutes tailles dont Pompes Funèbres de France, Signarama, Liberty Gym, Bagelstein, Best Drive, Les Petits Bilingues, Paul, Chamas Tacos...

Pour en savoir plus

Site web : <https://www.pfmarketing.fr/>

LinkedIn : <https://www.linkedin.com/company/pfmarketingfrance>