



# Les 7 défis du cross-canal face au multi-enseignes et la franchise

Tout l'enjeu du multi-enseignes et de la franchise réside dans la capacité à proposer une homogénéité et une cohérence dans les modes de gestion commerciale comme marketing, tout en conservant la force d'une prise d'initiative locale au sein d'une enseigne ou d'un magasin.

L'apparition du cross-canal a complexifié la donne, avec la multiplication des points de contact et des données consommateur.

## 1 Définir les objectifs et le socle marketing en cross-enseigne

L'important ici est de définir les objectifs à atteindre en tant que groupe pour tout ce qui touche à l'expérience client ainsi que les outils communs qui seront partagés entre toutes les enseignes ou entités locales d'un même groupe. L'objectif est de combiner les synergies offertes par un groupe et la pertinence des décisions prises au sein de chacune des enseignes.

## 2 Définir les spécificités marketing de chaque entité

Parce que chaque enseigne et chaque point de vente est différent, il est essentiel de distinguer les points forts à mettre en avant pour chacun à travers les outils proposés à tous. Jouer sur la proximité avec ses consommateurs et sur la particularité du lieu où se trouve l'enseigne sont, par exemple, des éléments clés à mettre en scène dans son marketing.

## 3 Organiser et hiérarchiser les processus marketing et décisionnels

Afin d'assurer la bonne exécution des choix marketing au sein de chaque entité, il est nécessaire de structurer les interactions avec le groupe. L'ensemble de l'organisation doit suivre un processus organisé, fluide et simplifié pour être mis en œuvre le plus efficacement possible.

## 4 Définir et mettre en œuvre les règles de gestion des fichiers clients et des référentiels produits

Tout en respectant la cohérence globale du groupe, chaque entité va avoir à interagir de manière autonome avec les outils mis en commun, notamment

les bases clients et les référentiels produits. Il convient ainsi de définir la contribution de chacune des entités à ces différents outils.

## 5 Gérer des campagnes marketing et commerciales en environnement complexe (multi-canaux, multi-devices et multi-enseignes)

En plus des problématiques liées à la multiplicité des enseignes ou des entités, il faut ajouter la complexité des approches cross-canal qui touchent, entre autres, la communication, la vente et la logistique, à travers différents types de points d'interaction et de devices. Cette complexité est donc à prendre en compte dans la mise en œuvre des campagnes marketing qu'elles soient locales ou communes au groupe.

## 6 Protéger l'accès aux données sensibles (tarifs, résultats, etc.)

Le pilotage multi-enseignes et multi-entités peut impliquer un besoin de protéger l'accès aux données. Par exemple, une entité pourrait être en concurrence avec une autre ou encore pourrait requérir un plus haut degré d'indépendance. Les droits d'accès aux données se doivent alors d'être gérés de manière très fine et sécurisée.

## 7 Mesurer l'efficacité du dispositif cross-canal en central et au sein des enseignes

Un bon dispositif cross-canal centralisé doit enfin être mesuré soigneusement à tous les niveaux en proposant les bonnes mesures au bon endroit, afin d'évaluer sa performance et son efficacité.

## Chiffres clés

Leader européen, la franchise française a vu son nombre de réseaux doubler ces dix dernières années et connaît une progression régulière.

**1796** réseaux

**68 171** points de vente

En 2014, le nombre de réseaux estimé à 1796 représente 68 171 points de vente.

**335 271** salariés

**51,45** Milliards d'€  
de chiffre d'affaires

En 2014, les franchisés français ont été estimés à 335 271 salariés et leur CA à 51,45 milliards d'euros.

## ► En quoi Generix Sales Marketing vous aide ?

### Adaptation à tout type d'organisation

La solution Generix Sales Marketing s'adapte à l'organisation de l'entreprise, en intégrant la gestion transverse des canaux de vente.

Elle gère facilement l'animation commerciale dans les points de vente, tout en respectant la structure de l'entreprise (master franchisés et franchises), quelque soit le nombre d'enseignes qui la compose.

### Parole de client

« L'acquisition de la plate-forme Generix Sales Marketing nous permet de franchir une étape essentielle de capitalisation du portefeuille clients de nos différentes enseignes, et ainsi de favoriser les synergies cross-enseignes, élément clé de notre stratégie de développement ».



**Inge Neven**

Chief Operating Officer de Distriplus.

### Pilotage central/local des campagnes

La solution Generix Sales Marketing facilite l'élaboration d'une stratégie marketing inter-enseigne, cohérente et cross-canal, qui respecte les spécificités de chaque enseigne.

L'équipe marketing pilote facilement ses campagnes promotionnelles cross-canal et sa fidélisation, grâce à un portail où chaque enseigne est libre d'approuver ou refuser les événements commerciaux qui lui sont proposés.

### Gestion fine de la confidentialité inter-entités

Le respect des informations protégées est conservé avec la solution Generix Sales Marketing puisque chaque utilisateur n'a accès qu'aux informations de la branche de l'enseigne à laquelle il appartient.

Ceci concerne les informations de type produits, prix, clients et campagnes/programmes en cours.

## A propos de la gamme Generix Sales Marketing

Generix Sales Marketing accompagne les distributeurs dans la création et l'optimisation d'une expérience client cross-canal en replaçant le marketing des ventes au cœur de la stratégie digitale. Cette offre s'appuie sur une forte expertise du pilotage temps réel de la vente cross-canal avec l'objectif de redonner le pouvoir aux équipes marketing. L'orchestration du cycle de vie client est alors complètement maîtrisée, tout en incluant l'acte d'achat.

Il devient ainsi possible de fidéliser et d'animer les ventes auprès de clients anonymes, identifiés et encartés ou encore de créer des parcours d'achat cross-canal cohérents et innovants (web-to-store, mobile), grâce à une parfaite synergie entre le marketing des ventes et les outils de marketing relationnel.

Pour en savoir plus : [generixgroup.com](http://generixgroup.com)

**generix**  
group