

L'évolution de concept : une étape incontournable pour la franchise et le commerce en réseau



Franchiseurs



Secteurs d'activité variés



12 entretiens semi-directifs



11 heures et 51 minutes



Recherches littéraires

Une évolution de concept est une remise en question totale ou partielle du concept impliquant une amélioration, un renforcement ou une innovation d'éléments constitutifs tels que le savoir-faire, les signes distinctifs et les produits ou services, dans le but de maintenir et d'accroître son avantage concurrentiel et de le pérenniser tout en veillant à conserver son identité et son ADN.

Les raisons et les motivations

MACRO-ECONOMIQUES

« Prendre en compte les paramètres économiques, sociologiques, écologiques et juridiques pour être armé face au changement. »



« L'environnement est changeant, il évolue très vite avec la technologie. »

MICRO-ECONOMIQUES

« S'adapter à son marché, à sa clientèle, rester compétitif, pouvoir faire la différence face à la concurrence et rester dans l'ère du temps. »



INTERNES

« Pour l'image et la notoriété du réseau, on évolue, on est dynamique. »



« Le franchisé attend la nouveauté. »



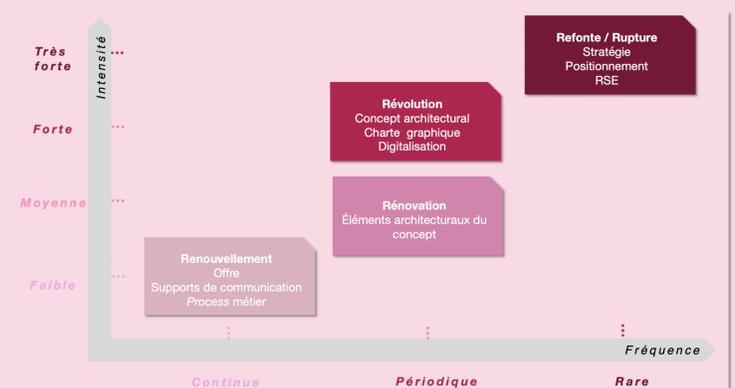
« Le franchisé achète un savoir-faire évolutif. »

La typologie des évolutions

« Ce peut être l'évolution de la charte graphique, du nom de la marque, du modèle économique. Ce peut être également un complément de l'offre, une nouvelle façon de vendre via le web, des canaux de vente physique. »



« L'évolution d'un concept, c'est d'apporter toujours de l'innovation à la fois dans le produit, le décor et le savoir-faire, afin d'améliorer le résultat. »



« Il y a deux niveaux : le niveau transformation ou révolution où là, vous avez un nouveau concept ou un concept modernisé. Puis, vous avez l'évolution du concept, au quotidien. »

« Notre [enseigne] de 2020 c'est une [enseigne] de 2013 qui a connu plusieurs évolutions accumulées. »

Le comportement du franchiseur



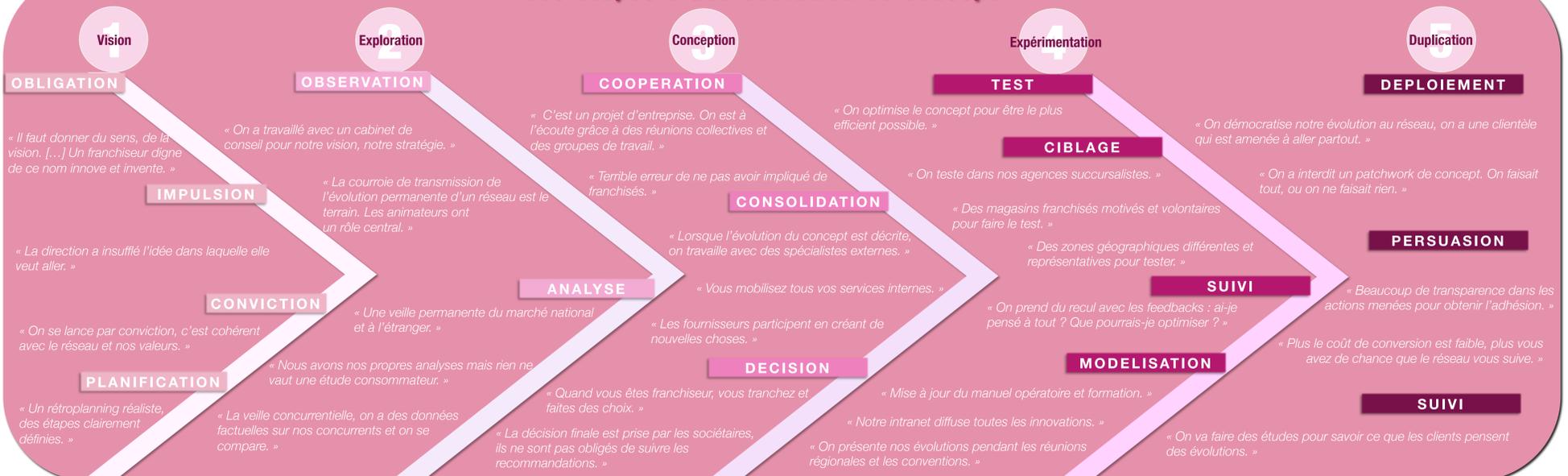
« Le concept n'a pas changé pendant 30 ans. Les gens étaient lassés, c'était ringard. »

« Autant bien copier que mal créer. »

« On n'attend pas que quelqu'un fasse évoluer son concept pour faire évoluer le nôtre. »

« Ils ne s'arrêtent pas et cassent les codes de ce qui fonctionne. Ils se réinventent et innovent. Être proactif, c'est une culture entrepreneuriale, c'est central. »

Les étapes d'une évolution de concept



Attirer des candidats à la franchise

Gagner en notoriété

Se différencier de la concurrence

Satisfaire les clients

Revaloriser le positionnement

Fidéliser les franchisés

Pérenniser le réseau

Compromettre l'adhésion des franchisés

Manquer d'uniformité

Evolution tardivement

Perdre sa vision

Insatisfaire les clients

Encourir une perte financière

Les recommandations managériales

<p>Définir la vision et positionnement</p> <p>Donner du sens</p> <p>Se remettre en question en continu</p> <p>Impulser la nouveauté</p> <p>CREDIBILITE DU FRANCHISEUR</p> <p>Anticiper et préparer l'évolution</p> <p>Cultiver l'esprit entrepreneurial et innovateur</p> <p>Se faire confiance</p> <p>Être convaincu, déterminé, curieux et fédérateur</p>	<p>Considérer les tendances de demain</p> <p>Prendre en compte les futures générations</p> <p>Apporter un effet « wahoo »</p> <p>DYNAMISME DU RESEAU</p> <p>S'assurer de la santé financière</p> <p>Impliquer les parties prenantes : du fournisseur jusqu'au client</p> <p>Challenger les fournisseurs</p> <p>Equilibrer la liberté du franchisé</p>	<p>Adhérer avec transparence</p> <p>Prendre conscience des impacts</p> <p>Tester massivement tous les types d'évolution</p> <p>Respecter la relation gagnant-gagnant</p> <p>UNIFORMITE DU CONCEPT</p> <p>Prioriser les évolutions</p> <p>Concrétiser les évolutions à l'écrit et à l'oral</p> <p>Définir une fréquence du renouvellement de concept</p> <p>Créer les chartes pour l'identité</p>	<p>Oser</p> <p>Evolution au bon moment</p> <p>Trouver le bon équilibre entre les attentes clients et les ambitions du réseau</p> <p>SUCCES DE L'EVOLUTION</p> <p>Corréler la stratégie et les valeurs</p> <p>Confronter les remontées terrain à la veille du marché</p> <p>Communiquer et marketer les évolutions</p>
--	--	---	--