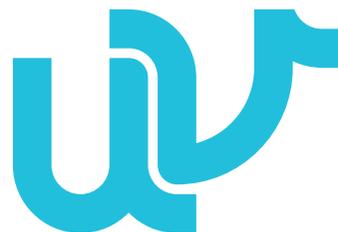


COMUNICAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE CONTEÚDO

EM UMA REDE DE FRANQUIAS



Franchising

O Software para sua
rede de franquias

SUMÁRIO

**COMUNICAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE CONTEÚDO
EM UMA REDE DE FRANQUIAS**

2

OS DESAFIOS DA DISTRIBUIÇÃO DE CONTEÚDO

3

COMUNICAÇÃO PARA REDE DE FRANQUIAS

4

COMUNICAÇÃO INTERNA EM REDES DE FRANQUIAS

6

**IMPORTÂNCIA DE TER UM SISTEMA EM SUA REDE
PARA PADRONIZAR E DIVULGAR CONTEÚDOS**

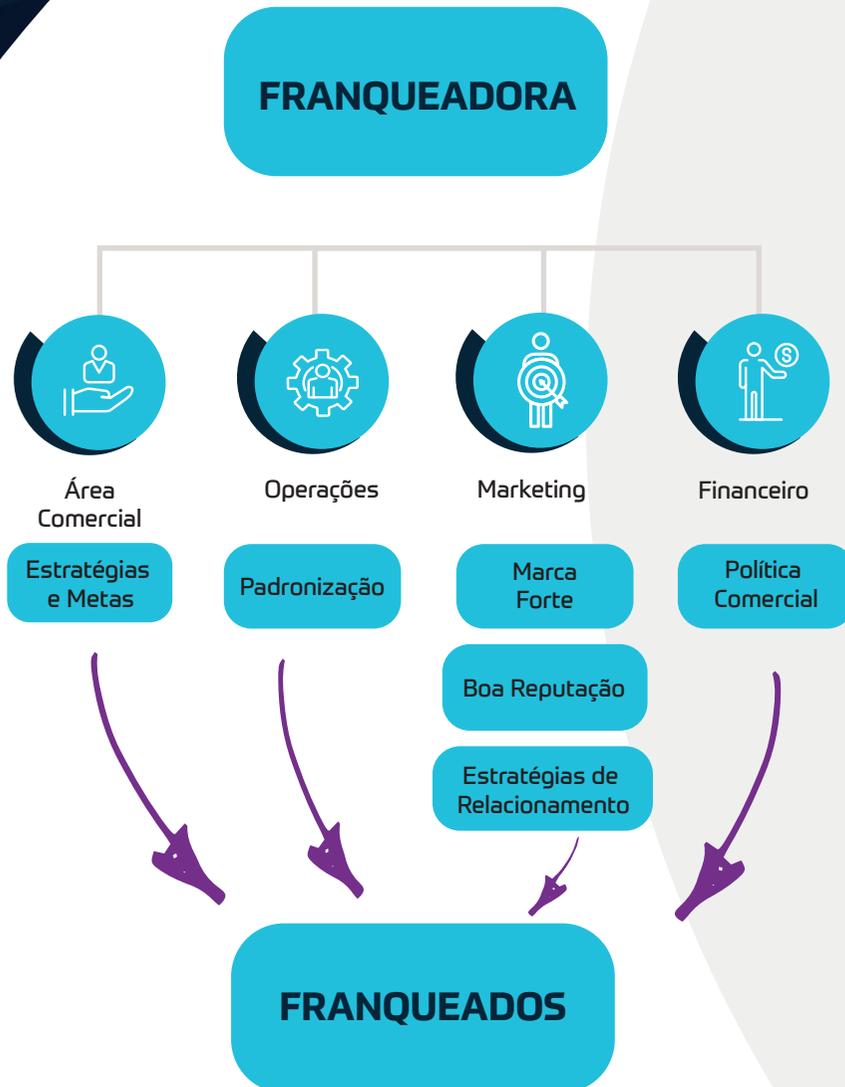
8

CONTATO

9



COMUNICAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE CONTEÚDO EM UMA REDE DE FRANQUIAS



A **comunicação** entre a franqueadora e seus franqueados é um **importante aspecto para o sucesso da rede**, sendo mais eficaz **quando é feita para dar apoio ao franqueado** e para a promoção de ideias e iniciativas para toda a rede, do que simplesmente para ditar regras e fazer exigências.

Um bom processo de comunicação facilita a interação entre duas ou mais partes, gerando entendimento entre elas. **No franchising, esta ação ganha ainda mais importância**, pois em uma rede os desafios são maiores, já que deixar os franqueados bem informados não é tarefa fácil, considerando a necessidade de **manter todas as áreas da rede em constante atualização**, como, por exemplo, da área comercial que precisa comunicar suas estratégias e metas, de operações com a padronização; do financeiro com a política comercial; e do marketing construir uma marca forte, criar boa reputação e definir estratégias de relacionamento com os clientes, além das demandas das demais áreas da rede.

Uma vez que as franquias estão em diferentes pontos geográficos, essa dificuldade aumenta de acordo com a necessidade da padronização e diretrizes da marca, afinal, **o relacionamento é fundamental e o conteúdo precisa ser adequado para atender todas as suas particularidades**.

OS DESAFIOS DA DISTRIBUIÇÃO DE CONTEÚDO

Os esforços de comunicação em uma rede de franquias têm entre seus objetivos: **construir uma marca forte e o de se aproximar dos clientes.**

Para que eles sejam alcançados, é necessário que a franqueadora e seus franqueados estejam **alinhados em relação à mensagem que querem transmitir e com o tom estrategicamente adequado.**

É nesse cenário que existe a importância de contar com um **sistema desenvolvido para automatização, distribuição e padronização de conteúdos da marca**, tanto para a divulgação interna, quanto para serem utilizados nas lojas, inclusive para fornecedores homologados pela rede. Além de auxiliar em todo o processo de comunicação com os clientes na loja.



COMUNICAÇÃO PARA REDE DE FRANQUIAS

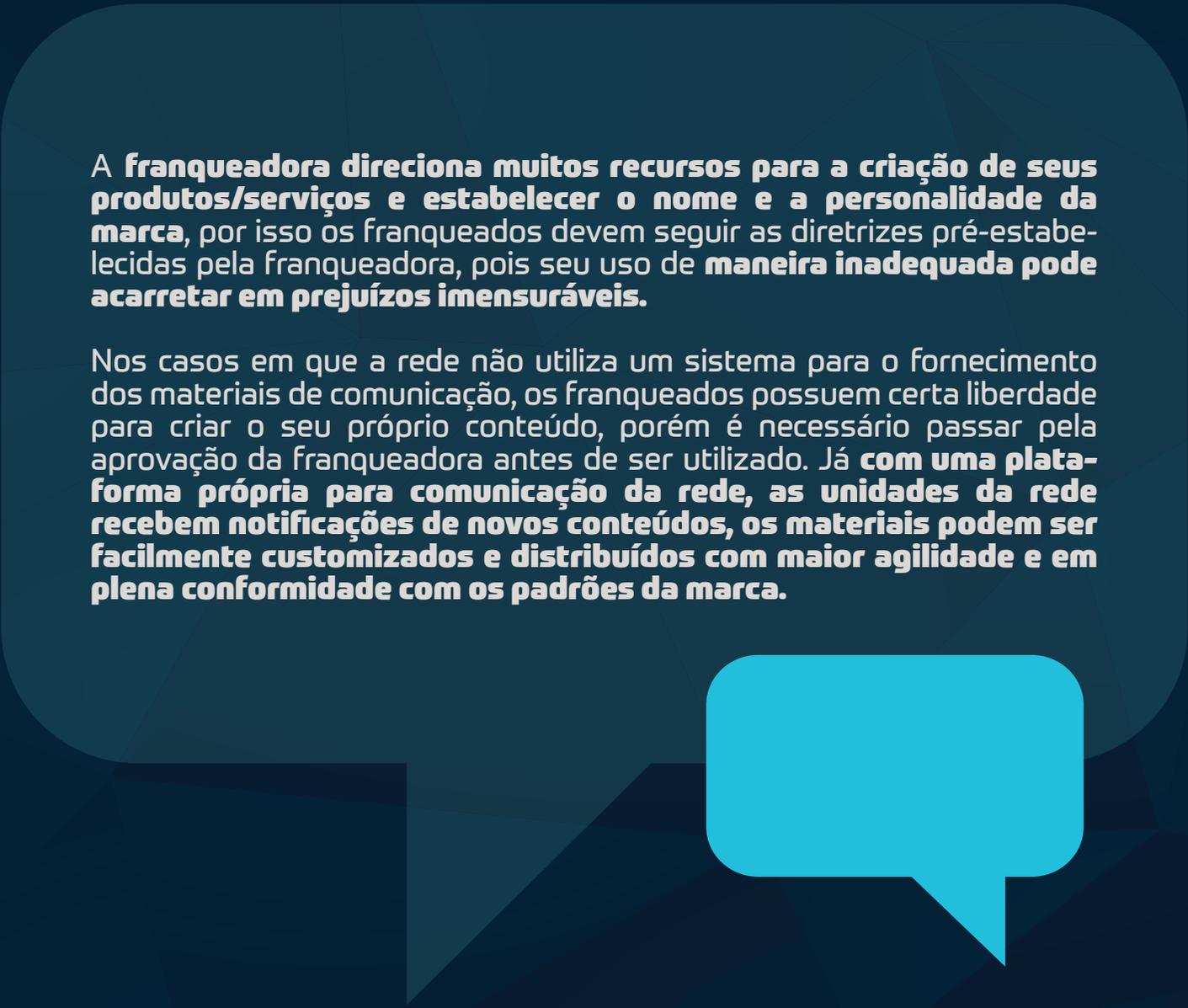


A estratégia de comunicação para uma rede de franquias diz respeito às **ações que devem ser tomadas para cada unidade sob a visão da franqueadora**, buscando envolver seus franqueados nas campanhas de marketing da marca na rede, pensando em questões próprias de cada região, como tamanho de mercado, clientes potenciais, concorrência, entre outros.

A maior parte das redes de franquias já possui planos de marketing definidos, no qual estão inclusos publicidade, propaganda, campanhas nas redes sociais e esforços de vendas. Todos **esses investimentos são financiados pelo “fundo de publicidade” ou “fundo da marca”**. Apesar desse fundo ser utilizado em âmbito nacional, as diretrizes das comunicações são estabelecidas regionalmente, afinal de contas, o Brasil é um país de dimensão continental e apresenta grande diversidade entre suas regiões, desde costumes e quantidade de habitantes, até aspectos que envolvem o clima e as características das estações.

A franqueadora direciona muitos recursos para a criação de seus produtos/serviços e estabelecer o nome e a personalidade da marca, por isso os franqueados devem seguir as diretrizes pré-estabelecidas pela franqueadora, pois seu uso de **maneira inadequada pode acarretar em prejuízos imensuráveis.**

Nos casos em que a rede não utiliza um sistema para o fornecimento dos materiais de comunicação, os franqueados possuem certa liberdade para criar o seu próprio conteúdo, porém é necessário passar pela aprovação da franqueadora antes de ser utilizado. Já **com uma plataforma própria para comunicação da rede, as unidades da rede recebem notificações de novos conteúdos, os materiais podem ser facilmente customizados e distribuídos com maior agilidade e em plena conformidade com os padrões da marca.**

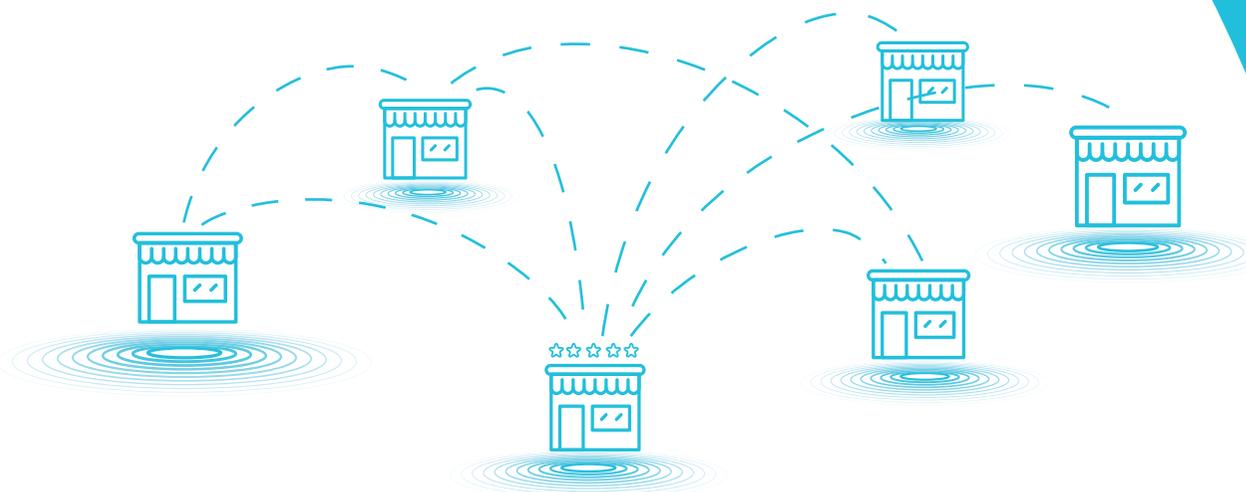


COMUNICAÇÃO INTERNA EM REDES DE FRANQUIAS

A comunicação em redes de franquias não é importante apenas para disseminar suas estratégias de marketing com os franqueados ou a mensagem a ser passada para o público, ela também **deve ser utilizada para questões internas da rede, pois todas as áreas precisam estar em sintonia para que se tenha padronização e qualidade.** Por isso a comunicação interna também se faz necessária.

É função da franqueadora fazer com que cheguem até as equipes das unidades os conteúdos, não apenas os informativos, como também os que passem a imagem da marca, que cause orgulho a eles por fazerem parte do projeto, mostrando o quanto a participação de cada um é importante, afinal, por mais que o franqueado tenha o dever e a responsabilidade de gerenciar as suas equipes, é a franqueadora que leva o conteúdo para toda rede.

O funcionamento de uma rede no franchising é **baseado em conexões**, a franqueadora necessita enviar e receber informações sobre a gestão das unidades, cumprimento das diretrizes estabelecidas, padronização e performance da rede, inauguração de novas lojas, entre outros, pois só com esses dados, a rede poderá definir suas estratégias e comunicá-las.



O papel da comunicação nas franquias deve poder estabelecer confiança, co-criar por meio da participação de todas as áreas, contribuir para um clima favorável e propício na rede, gerar comprometimento, possibilitar fazer correções e ajustes necessários e comunicar ações e programas que serão feitos.

Para a comunicação interna, além de contar com uma plataforma que centralize e gerencie todos os conteúdos das diversas áreas, de maneira simples e eficaz para estreitar as relações entre os atores da rede para passar/coletar informações, discutir estratégias ou dar feedbacks, é de grande valia para se criar um bom relacionamento.



A franqueadora necessita enviar e receber informações sobre:

Inauguração
de Novas
Lojas

Gestão das
Unidades

Perfomance
de Rede

Cumprimento
das Diretrizes

Padronização

IMPORTÂNCIA DE TER UM SISTEMA EM SUA REDE PARA PADRONIZAR E DIVULGAR CONTEÚDOS

Manter todos os franqueados envolvidos é um dos maiores desafios para o franchising. Esta é uma tarefa tanto da equipe interna quanto das lojas. Há casos onde as equipes desconhecem as regras e a essência do negócio, arquivos digitais que não chegam às lojas ou unidades que ainda não mudaram sua estratégia por conta da demora do compartilhamento de informações. Isto pode ocorrer porque, além de ter que cuidar do marketing da franquia a gerenciar equipes na loja, atingir metas e por em prática as estratégias de comunicação local.

Disponibilizar um canal direto entre a franqueadora e suas unidades é de extrema importância, por isso é fundamental contar com uma solução para gestão na qual é possível comunicar as ações estratégicas, fazer o gerenciamento do trabalho das equipes internas ou terceirizadas, produzir materiais customizados de maneira automatizada e centralizar os pedidos de fornecedores, tornando sua rede muito mais ágil, aumentando o alcance para campanhas, eliminando os ruídos de comunicação e reduzindo o tempo de resposta para a demanda e resolução de problemas envolvendo essa área.

Com uma solução que interligue todas as áreas e unidades de uma rede de franquias, é possível conseguir padronizar e controlar os procedimentos da marca. Por isso, ter uma plataforma para comunicação integrada é essencial para que a rede obtenha sucesso, pois rompe as barreiras geográficas, economiza tempo, favorece a colaboração entre as equipes e desenvolve os processos operacionais, elevando o padrão da rede.

Entre em contato e conheça nosso

Universo de Soluções

para o Franchising.



Toque nos ícones para interagir

