

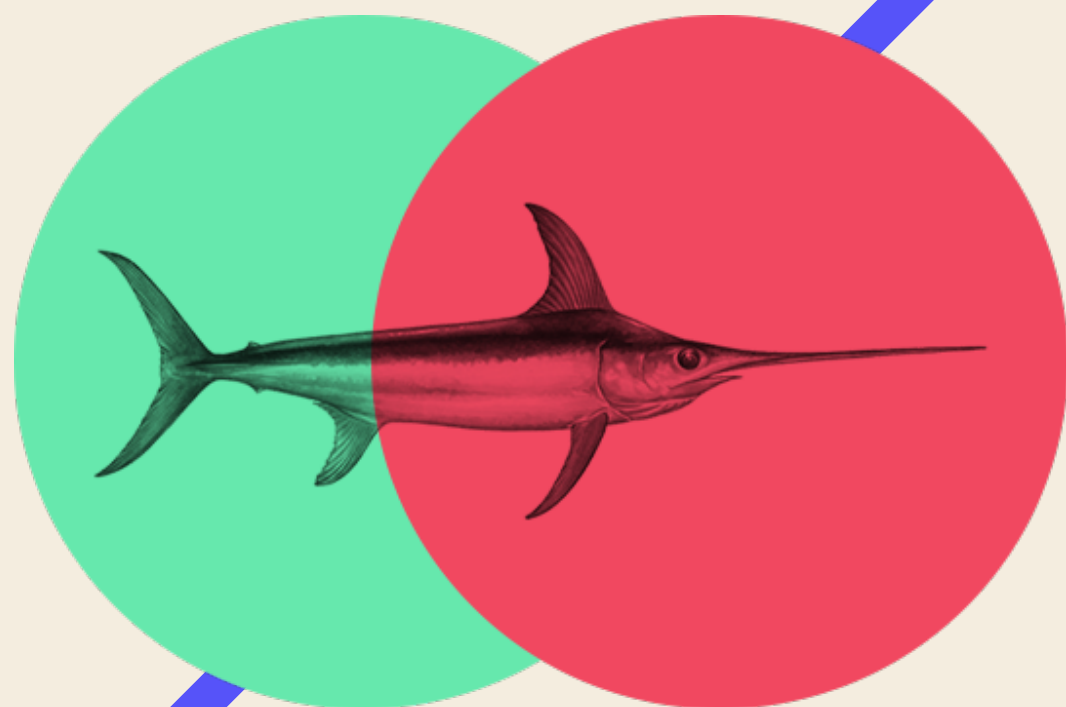
# FMMF

Franchise  
Marketing  
Factory

JULIEN SIOUFFI

Mob. 06.62.23.84.53

[julien@franchisemarketingfactory.com](mailto:julien@franchisemarketingfactory.com)



---

## Le tunnel d'acquisition des franchisés

---

# De l'attention à l'intention

---

# Qu'est-ce qu'un tunnel d'acquisition des franchisés ?

Le tunnel d'acquisition des franchisés est l'ensemble des points de contact en ligne et hors ligne qui conduisent un profil ciblé à devenir franchisé de l'enseigne.

---

Le tunnel d'acquisition est synchronisé avec l'action des développeurs, dont il est le complément et le support.

Le tunnel d'acquisition est constitué d'outils web, de scripts de vente et de supports commerciaux organisés dans une séquence de vente : le parcours candidat.

---

**Quelles sont les 3 parties d'un tunnel d'acquisition ?**

---

**1.** La recherche d'audience, qui permet d'attirer l'attention des profils cibles sur l'offre de l'enseigne

**2.** La conversion de l'audience en contacts identifiés et qualifiés

**3.** La transformation des candidats qualifiés en franchisés.

---

# **Comment mesurer l'efficacité du tunnel d'acquisition ?**

- 
- La visibilité, qui se mesure principalement par le nombre de visites sur les supports qui proposent l'offre de franchise
  - Le nombre de demandes d'information, c'est-à-dire de profils qui s'intéressent au concept
  - Le taux de qualification des candidats parmi les demandes d'information
  - Le nombre de signatures de contrats de franchise



---

L'ensemble de ces ratios sont regroupés dans le tableau de bord du développement.

---

**Comment est déterminée la cible  
du tunnel d'acquisition ?**

---

Le tunnel d'acquisition est basé sur la définition précise de cibles à atteindre.

Les cibles sont caractérisées par :

- Leur appétence pour le secteur d'activité de l'enseigne
- Leurs compétences professionnelles
- La communauté de valeurs avec le réseau

---

# Comment présenter son offre de franchise ?

---

# Séduire

Toute aventure en franchise commence par un choc émotionnel, qu'il appartient à l'enseigne de déclencher.

---

# Convaincre

En prouvant les "bénéfices franchisés" du concept par des données factuelles.

---

# Rassurer

Un contact constant avec les candidats est indispensable pour optimiser les ratios de conversion de cette vente en cycle long de 4 à 8 mois.

---

# Comment développer la visibilité de son offre ?



---

# La visibilité web

- Le ciblage publicitaire
- La stratégie de référencement naturel
- Les réseaux sociaux

---

# L'animation de base de données

- La base client
- Le relationnel
- La chasse de candidats

---

# Les évènements

- Salons
- Forum
- Réunions d'information

---

L'ensemble des actions convergent vers les outils en ligne pour créer un parcours multicanal qui optimise les taux de transformation.

---

**Quels sont les 3 critères de qualification  
d'un candidat ?**

---

**1.** Le candidat dispose de l'apport nécessaire

**2.** Le candidat est mobile sur la zone géographique souhaitée

**3.** Le développeur souhaite le rencontrer

---

**Quelle synchronisation du tunnel  
d'acquisition avec le développeur ?**

---

# L'automatisation

Le tunnel d'acquisition permet d'automatiser les contacts avec les candidats afin de multiplier les points de contact.



---

# L'efficacité

Le tunnel d'acquisition permet d'augmenter le nombre et la pertinence des points de contacts avec les candidats.

---

# L'optimisation

Le tableau de bord du développement mesure l'efficacité de chaque étape de la relation client, pour cibler les axes d'amélioration.

---

# **Pourquoi un tunnel d'acquisition des candidats ?**

---

# Contrôler votre développement

Le tunnel d'acquisition permet de moduler la volumétrie des contacts en fonction de vos objectifs de développement.

---

# Optimiser votre retour sur investissement

Chaque étape du tunnel d'acquisition est chiffrée précisément, afin de connaître votre coût d'acquisition par candidat et par signature.

---

# Améliorer votre performance

Le tunnel d'acquisition est une succession de ratios qui permettent d'identifier rapidement chaque point d'amélioration.

---

# Notre méthodologie

- 
- Optimiser l'existant
  - Définir le parcours candidat de référence
  - Améliorer les ratios clés avec des solutions métiers
  - Fournir des candidats



---

# Franchise Marketing Factory

---

# L'acquisition client pour franchiseurs

Franchise Marketing Factory est née de la rencontre de deux expertises : le web et la franchise.

La révolution digitale est avant tout celle de la relation client, entraînant une modification profonde des processus de vente.

FMF accompagne les réseaux de franchise dans la construction de parcours client efficaces et rentables.



## Equipes

---

Julien Siouffi,  
directeur associé Franchise Marketing Factory

Expert digital et franchise, Julien optimise la relation client en franchise, afin d'exploiter pleinement le potentiel commercial de chaque concept.

Passionné par la digitalisation des pratiques des réseaux, membre du collège des experts de la FFF, Julien intervient dans le secteur de la franchise depuis 15 ans.

<http://franchisemarketingfactory.com/>

---

L'équipe de Franchise Marketing Factory est composée d'une dizaine de collaborateurs spécialisés dans l'univers du digital et de la franchise.

Nos solutions sont conçues pour compléter vos ressources internes et externes, et optimiser votre retour sur investissement.

Depuis 2015, FMF est accompagnée dans son développement par un fond d'investissement.

---

# Références



---

**Merci !**

# FMMF

Franchise  
Marketing  
Factory

**JULIEN SIOUFFI**

Mob. 06.62.23.84.53

[julien@franchisemarketingfactory.com](mailto:julien@franchisemarketingfactory.com)

---

## FMMF Paris

55 rue des Petites Écuries

75010 Paris

01 85 08 08 32

---

## FMMF Marseille

163/165 bd Boisson

13004 Marseille