

Euromaster : une stratégie active !

jeudi, 14 mars 2013



Depuis sa création en 1992, Euromaster dit avoir mis en œuvre une politique « pro –active » d'acquisitions pour son réseau intégré (400 centres). L'enseigne souhaite accroître cette couverture avec sa franchise afin d'offrir une plus grande proximité à ses clients et mieux les servir. Aujourd'hui, 37 franchisés sont sans le réseau et Euromaster ambitionne d'en recruter entre 10 et 15 par an. Pour assurer la pérennité de ses adhérents, l'enseigne propose :

- L'accompagnement au quotidien (animateur dédié, équipe en back office et formations aux outils Euromaster)
- Le soutien marketing et promotionnel (campagnes nationales promotionnelles pour générer du trafic, offres commerciales impactantes, originales et fidélisantes avec de nombreux partenaires, kit de communication local et valorisation des points de vente).
- L'apport de nouveaux clients (grands comptes, flottes professionnelles et Location Longue Durée, eShop, etc., soit pas moins de 10% du chiffre d'affaires.

L'enseigne met aussi à disposition son savoir-faire et ses infrastructures : documentation, partage des meilleures pratiques, accès à la hotline Franchise et/ou informatique d'Euromaster, etc.

Ainsi, pour structurer leur entreprise, certains spécialistes n'ont pas hésité à rejoindre le réseau, en témoigne Emmanuelle Fiechter, responsable d'Automobile Pneus Concept, franchisé depuis novembre 2011 : *«J'ai souhaité soumettre mon projet à un réseau qui soit capable de m'accompagner dans le déploiement de mon activité (prestations pneumatiques et entretien courant des véhicules) et surtout, dans le développement de la qualité de service. Avec les équipes de l'enseigne, nous partageons des valeurs communes : la proximité, le respect et la satisfaction client. La crédibilité de l'enseigne et l'accompagnement proposé ont ainsi permis de nous ouvrir les portes de nouveaux partenaires. En effet, Euromaster jouit d'une forte notoriété et grâce aux contrats nationaux, nous avons pu accroître notre activité auprès des flottes et loueurs de la région. Dès les premiers mois, nous avons atteint les objectifs fixés».*