

Franchise Marketing

(Bijna) alles wat je
moet weten over
Franchisemarketing

Marvia



Over

Franchising is een bedrijfsmodel waarbij een franchisegever het gebruik van het bedrijfsmodel, merk en producten en diensten in licentie geeft aan een franchisenemer. De franchisenemer betaalt een vergoeding om een locatie te openen die deze informatie en producten gebruikt. Franchising bestaat al heel lang en sommige bedrijven hebben de de hele wereld mee veroverd.

Deze whitepaper is voor iedereen die meer wil weten over franchisemarketing. Misschien ben je een nieuwe franchisenemer, een marketingmanager of ben je gewoon nieuwsgierig. Wat de reden ook is, we wensen je veel leesplezier!

We zullen de volgende punten bespreken in deze whitepaper:

- Hoe bouw je een succesvolle franchisemarketingstrategie.
- Hoe lanceer je een succesvolle franchisemarketingcampagne.
- Tools die franchises helpen contentproductie op te schalen.
- Nuttige software voor franchises.
- Klantverhalen

Samenvatting

In een franchise zijn duidelijke en gestroomlijnde processen essentieel. Met alle betrokken partijen moet een franchise zowel het hoofdkantoor als de locaties in het oog houden. Zo zorgen ze ervoor dat geen van beide overspoeld wordt door de werkdruk. Duidelijke afspraken, een sterke strategie, een strak campagneplan, en de juiste software vormen de basis voor een succesvolle franchise.



Inhoud

1. Strategie
2. Campagnes
3. Content opschalen
4. Software
5. Klantverhalen

Strategie

Bouw een sterke basis voor succes

Een succesvolle marketingstrategie voor franchises ontwikkelen

Bij een succesvolle marketingstrategie moeten zowel de franchisegever als de franchisenemers betrokken zijn. Deze unieke samenwerking is waar de waarde echt zit.

Met de volgende stappen kom je tot een sterke franchisemarketingstrategie.

1. Maak duidelijke afspraken

Hoe betrokken franchisenemers zijn bij marketing hangt af van de specifieke franchiseformule. Afspraken maken over zaken als budget en campagnekalender zijn noodzakelijk om alles soepel te laten verlopen.



3. Vergeet lokale marketing niet

en sterk merk is geen garantie voor succes. Je hebt een balans nodig tussen nationale campagnes en lokale campagnes die vertrouwen winnen bij de consument.

4. Werk samen met het hoofdkantoor

Een franchise kan alleen slagen zijn als franchisegevers en franchisenemers samenwerken. Beiden hebben een eigen perspectief en hebben kennis die de ander kan gebruiken.

5. Deel best practices

Waarom steeds het wiel proberen uit te vinden als je andere franchisenemers en het hoofdkantoor hebt om te helpen? Het hele bedrijf groeit als mensen best practices delen, dus wees niet bang om je successen te vieren.

Het opstellen van een franchisemarketingstrategie kan een ontmoedigende taak lijken, maar met duidelijke communicatie tussen het hoofdkantoor en de franchisevestigingen zal het zeker lukken!



Campagnes

De beste manier om jouw publiek te bereiken

Een franchise marketing campagne lanceren

Het lanceren van een succesvolle campagne kan lastig zijn door de vele betrokkenen. Begin je bij het hoofdkantoor? De franchisevestiging? De volgende stappen helpen je de juiste richting in.

0. Vind je concept - Natuurlijk hebben we eerst ideeën nodig! Gebruik een combinatie van spontane ideeën en creatief brainstormen om een gebalanceerde campagnekalender te maken.

1. Stel je campagnedoelen - Gebruik SMART-doelen om te bepalen wat je wilt bereiken.

2. Zorg voor een sterk merk - Gebruik je merkrichtlijnen en pas ze aan aan je campagne.

3. Segmenteer je publiek - Definieer je ideale klant en zorg ervoor dat je campagne waarde toevoegt aan hun leven.

4. Gebruik verschillende kanalen - Probeer niet overal tegelijk te zijn. Zoek uit welke kanalen voor jou werken en investeer daarin.

5. Ga live! - Houd uw middelen bij en monitor de reacties van uw publiek.

6. Meet de resultaten - Evalueer je doelen en bereid je voor op een volgende - nog betere - campagne.

Meer content

Waarom je templates nodig hebt

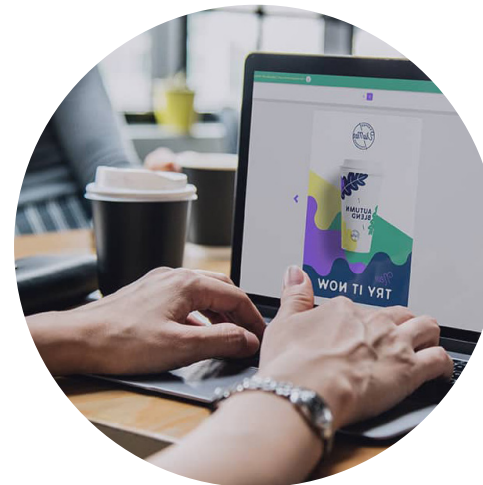
Contentproductie opschalen met Dynamische Templates

Het opschalen van de contentproductie kan een enorme inspanning zijn voor franchises. Er moeten goede logistieke systemen zijn om ervoor te zorgen dat het geen chaos wordt. Dat is waar Dynamische Templates om de hoek komen kijken. Dynamische templates zijn vooraf ontworpen, aanpasbare middelen die helpen een consistente merkboodschap te creëren. Ze bieden een kader waarmee franchisenemers hun eigen on-brand content kunnen creëren, aangepast aan de lokale marktomstandigheden.

We bespreken hier de vier belangrijkste voordelen:

1. Snellere contentcreatie

Nooit meer zoeken naar de juiste formaten, kleuren, lettertypen, enz. Het staat allemaal in de template. Met sterke templatesoftware is lang wachten op een poster verleden tijd, omdat franchisenemers hun eigen marketingmateriaal kunnen maken in plaats van te moeten wachten tot het hoofdkantoor hun aanvraag heeft verwerkt.



2. Aanpassen op een veranderende markt

Met sjablonen kunnen franchisenemers flexibeler reageren op wat er in hun markt gebeurt. Het feit dat content sneller wordt verzonden, betekent dat franchisenemers kunnen reageren op lokale gebeurtenissen op het moment dat deze plaatsvinden, wat bijdraagt aan de lokale relevantie van het bedrijf.

3. Meer eenduidigheid

Merkconsistentie is van vitaal belang voor franchises. Door een bibliotheek met vooraf goedgekeurde templates aan te bieden, kunnen franchisemerken ervoor zorgen dat de materialen die naar alle franchisevestigingen gaan dezelfde merkuitstraling hebben, ook al kan de specifieke inhoud verschillen.

4. Stroomlijn het goedkeuringsproces

Sjablonen kunnen de werkdruk voor het marketingteam van het hoofdkantoor aanzienlijk verminderen. Door vooraf parameters en elementen vast te zetten, hoeft niet elk stuk content gecontroleerd te worden. Dit maakt tijd vrij voor het marketingteam en laat franchisenemers zien dat het hoofdkantoor ze vertrouwt.



Software

Hoe Marvia franchises ondersteunt

Hoe Marvia franchise marketing makkelijk maakt

Succesvolle franchisemarketing is niet mogelijk zonder de juiste tools. Laten we eens kijken naar de manieren waarop franchises marketingsoftware gebruiken en waarom Marvia de one-stop-shop is voor al je behoeften.

DAM - Digital asset management software biedt een centrale online hub voor het maken, beheren, delen en vinden van digitale assets.

Content Creation - Marvia biedt Dynamic Templates en de Template Studio, beide zeer waardevol als het gaat om gebruiksvriendelijke contentcreatie.

Campaign Distribution - Marvia's Lokale Distributie verspreidt lokale campagnes in een paar klikken over de relevante kanalen. Dit bespaart tijd en moeite, vermindert de administratie en stuurt een consistente boodschap naar klanten.

Analytics - Je mist informatie en inzicht als je je data niet analyseert. Marvia geeft inzicht in prestaties van campagnes en in wat gebruikers doen.

Integrations - Marvia werkt samen met een groeiend aantal partners die integraties met externe software bieden of diensten leveren zoals gelokaliseerd printen.

Klantverhalen

Hoe drie franchises hun marketing verbeterden

Poké Perfect

Dit snelgroeende gezonde concept vond in Marvia de ideale partner om hun ambitieuze groeidoelen te realiseren en (nieuwe) vestigingen te ondersteunen met lokale marketingactiviteiten..

Situatie - Poké Perfect is momenteel het grootste pokéconcept in Nederland. Het merk koos ervoor om zich te richten op lokale marketing om hun ambitieuze doelen te bereiken.

Doel en wensen - Poké Perfect was op zoek naar een manier om aan de dagelijkse gang van zaken te werken en tegelijkertijd het grote geheel in de gaten te houden. Ook zochten ze een manier om enthousiaste franchisenemers in staat te stellen lokale campagnes te voeren.

Resultaat - Nu zijn werkwijzen duidelijker en is het makkelijk om vooraf te plannen. Franchisenemers hebben meer ruimte om campagnes te voeren en een persoonlijke en lokale service te bieden, terwijl het proces niet meer tijd en mankracht kost.

“Het is heel handig om alle marketing en promotiematerialen op één plek te hebben. De marketingkalender, de flyers, lopende promoties - alles is voor iedereen duidelijk inzichtelijk en het is goed vooraf te plannen..”

- Quinta / Oprichter



New York Pizza

Deze Nederlandse marktleider in pizzabezorging en afhaalmaaltijden was op zoek naar manieren om lokale marketingprocessen te stroomlijnen en het marketingteam van het hoofdkantoor te ontlasten..

Situatie - New York Pizza's marketingteam wilde het aantal eenmalige verzoeken verminderen en zich meer richten op branding, aangezien het maken van marketingmaterialen voor de hele franchise hun verantwoordelijkheid was en hen ervan weerhield te doen wat ze echt wilden.

Doel en wensen - Ze waren op zoek naar een manier om hun franchisenemers te voorzien van marketingmaterialen, hen in staat te stellen hun eigen materialen te maken en hun franchisenemers hierbij te ondersteunen. Ze waren ook op zoek naar eenvoudige opslag van assets en eenvoudige distributie van materialen.

Resultaat - Na de implementatie van Marvia kon de marketingafdeling de lokale marketing grotendeels loslaten. Zij zorgen nog steeds voor het aanleveren van marketingmaterialen, maar de franchisenemers ontwerpen zelf materialen zoals posters, flyers en social media content met hun eigen boodschap en verspreiden deze direct met behulp van de Social Media en Huis-aan-huis integraties.



"Marvia biedt ons tijdsbesparing en efficiëntie."

- Caitlin / Campaign manager

Fit20

Sinds de oprichting in 2009 heeft deze fitnessformule een aanzienlijke internationale groei en succes gekend. Dit leidde tot problemen met het waarborgen van merkconsistentie.

Situatie - Fit20 was op zoek naar een manier om hun franchisenemers van merkmaterialen te voorzien en hen te activeren om meer betrokken te raken bij hun lokale marketing.

Doel en wensen - Het merk was op zoek naar een merkportaal met een mediabibliotheek om assets te organiseren, templates om franchisenemers hun eigen promotiemateriaal te laten maken en de mogelijkheid voor franchisenemers om rechtstreeks op social kanalen te posten.

Resultaat - Marvia's brand portal heeft het allemaal. Sinds de implementatie van Marvia is het contentcreatieproces van fit20 versneld en is hun branding consistent over alle kanalen, terwijl de marketing ook meer gelokaliseerd is geworden.

"Marvia biedt ons consistente communicatie met een duidelijke huisstijl op globaal niveau. De Dynamische Templates geven de filialen wereldwijd direct toegang tot de nieuwste marketingmaterialen en bieden ze de mogelijkheid om deze lokaal relevant te maken."

- Nienke / Marketing manager



Conclusie

Franchisemarketing is niet zonder uitdagingen, vooral in een ambitieus, groeiend bedrijf. De juiste strategie, planning en software zorgen er echter voor dat de processen schaalbaar zijn zonder dat er zonder een onhandelbare werklust te creëren.

*Alleen kunnen we zo weinig;
Samen kunnen we zo veel.*



The Marvia logo is positioned in the bottom left corner. It features the word "Mar" in a bold, yellow, sans-serif font, and "via" in a bold, teal, sans-serif font. The "via" is partially overlaid by a yellow trapezoidal shape that tapers to the right.

Contact

Wil je meer weten over hoe Marvia's merkportaal franchises helpt? Neem contact met ons op via onderstaande gegevens en plan een gratis demo.

Samen helpen we jouw franchise verder!

Amsterdam (hoofdkantoor)

Johan Huizingalaan 400, Amsterdam
+31 (0)20 716 28 10

North American office

228 East 45th Street, Suite 9E, NY
+1 (64) 791-1793

contact@getmarvia.com

[GETMARVIA.COM](https://getmarvia.com)