

e-book



Domine o jogo do marketing

SEBRAE



Sumário

<u>Domine o jogo do marketing: estratégias e gestão para o sucesso de franquias</u>	<u>3</u>
<u>Introdução ao marketing em franquias e a importância do plano de marketing</u>	<u>4</u>
<u>O fundo de marketing em franquias e sua gestão</u>	<u>5</u>
<u>A importância da padronização e da comunicação no marketing de franquias</u>	<u>9</u>
<u>Alinhamento de expectativas e gestão participativa</u>	<u>10</u>
<u>Estratégias de marketing local e regional</u>	<u>11</u>
<u>Uso da tecnologia na gestão do marketing e do fundo de marketing</u>	<u>12</u>
<u>Análise de resultados e prestação de contas</u>	<u>13</u>
<u>Análise e transparência impulsionam o sucesso do marketing em franquias. Alcance novos patamares!</u>	<u>15</u>
<u>Referências</u>	<u>17</u>



Domine o jogo do marketing: estratégias e gestão para o sucesso de franquias

Neste e-book, você aprenderá a importância do marketing e do plano de marketing no mundo das franquias, a gestão do fundo de publicidade e sua relevância, como a padronização e comunicação impactam na promoção da marca e a responsabilidade da franqueadora. Além disso, discutiremos a importância do alinhamento de expectativas e da gestão participativa, estratégias de marketing local e regional e o papel crucial da tecnologia na gestão do marketing e do fundo de marketing. Por fim, abordaremos a análise de resultados e a prestação de contas para garantir o crescimento e sucesso de sua rede de franquias. Prepare-se para alcançar novos patamares com estratégias e gestão eficientes no universo das franquias.



Introdução ao marketing em franquias e a importância do plano de marketing

O marketing é fundamental para o sucesso de qualquer negócio, especialmente no competitivo mundo das franquias. Em uma rede de franquias, o plano de marketing é a ferramenta que orienta a divulgação da marca e a promoção dos produtos e serviços oferecidos.

O plano de marketing deve estar alinhado à estratégia de negócios da franquia, garantindo que todos os esforços de marketing sejam direcionados para o alcance dos objetivos empresariais.

O sucesso das franquias depende, em grande parte, da capacidade de atrair e reter clientes, o que é alcançado por meio de ações de marketing eficazes. Ter um plano de marketing bem elaborado é essencial para garantir que todas as unidades da rede de franquias se beneficiem das campanhas e promoções realizadas.



O fundo de marketing em franquias e sua gestão

O fundo de publicidade é uma contribuição mensal feita pelos franqueados à franqueadora, destinada a financiar ações de marketing e publicidade da rede. É importante entender que, quando caracterizado como fundo comum de marketing, essa verba não pertence à franqueadora, mas sim à rede franqueada com administração da franqueadora.

O valor dessa contribuição é estabelecido no contrato de franquia e geralmente é baseado em um percentual fixo

das vendas brutas ou compras feitas pelos franqueados. O fundo de marketing desempenha um papel importante no crescimento da marca e no impulsionamento das vendas nacionais.

As regras de uso desse fundo comum devem ficar claras e muito bem estabelecidas no contrato de franquia, evitando possíveis discussões entre as partes, divergências entre o correto uso da verba e a que se destina.

Normalmente os custos de ações de marketing local e de veiculação/reprodução, de material criado com a receita do fundo de marketing e propaganda, ficarão a cargo do franqueado.



Via de regra o fundo de propaganda destina-se a:



Planejamento de marketing, incluindo mídias e ações promocionais;



Gestão de mídias digitais;



Criação e arte-final de todos os materiais digitais e gráficos;



Criação e arte-final de todos os materiais de merchandising para PDV;



Planejamento de eventos institucionais;



Atualização de material de VM – visual merchandising para PDV;



Assessoria de imprensa com foco no institucional: marca e serviços; e



Administração e gestão da web.

Gerir o fundo de marketing de forma justa e eficiente é um desafio para as franquadoras.

Caso a franqueadora opte por dividir o fundo entre ações nacionais e ações regionais ou locais, é essencial garantir que os recursos sejam distribuídos de maneira equitativa entre as unidades e que as campanhas de marketing sejam adaptadas às necessidades específicas de cada local.

Para ajudar nesse processo, as franqueadoras podem adotar práticas como alinhamento de expectativas, gestão participativa e análise de resultados.



A importância da padronização e da comunicação no marketing de franquias

No contexto do franchising, a padronização é fundamental para garantir a consistência da marca e a fidelização dos clientes. A comunicação é um dos principais aspectos que deve ser padronizado, já que a mensagem transmitida pela marca deve ser consistente em todas as unidades da rede. A franqueadora é responsável por elaborar a comunicação e o marketing da rede como um todo, assegurando que a linguagem da marca seja unificada e coerente.



A publicidade é um componente-chave desta comunicação padronizada, pois permite posicionar a marca no mercado e persuadir os clientes por meio de anúncios, campanhas e diversas estratégias de marketing. Ao garantir que todas as unidades da rede de franquias adotem a mesma abordagem de marketing, a franqueadora pode fortalecer a confiança do público-alvo e solidificar a imagem da marca no mercado.

Alinhamento de expectativas e gestão participativa

Transparência e clareza são fundamentais no início da relação entre franqueador e franqueado. Ambas as partes devem compreender seus papéis e responsabilidades, especialmente no que se refere ao marketing e ao fundo de marketing. Alinhar as expectativas evita mal-entendidos e garante uma parceria bem-sucedida.

Envolver os franqueados no processo de tomada de decisão e no planejamento de marketing é uma forma eficaz de garantir o engajamento e o comprometimento de todos na rede. Isso permite que as estratégias de marketing sejam mais personalizadas e eficientes, levando em consideração as necessidades e o desempenho de cada unidade.



Estratégias de marketing local e regional

O marketing local é essencial para o sucesso das unidades de franquia, pois ajuda a estabelecer conexões com a comunidade e a aumentar a visibilidade da marca. O franqueador deve colaborar com os franqueados para identificar e implementar estratégias de marketing local eficazes, como promoções e patrocínios.

Além disso, o marketing regional também pode ser uma estratégia valiosa para impulsionar o crescimento e a visibilidade da rede de franquias. Combinar esforços entre unidades próximas e coordenar campanhas que abordem necessidades e oportunidades regionais pode ser um diferencial competitivo.

O compromisso mútuo entre franqueador e franqueado na gestão do marketing local é essencial para obter sucesso. Eles devem se esforçar juntos para identificar as dores e necessidades de seus clientes, priorizar as demandas e garantir que as campanhas de marketing sejam criativas, bem comunicadas e ousadas. Além disso, contar com o apoio de especialistas em marketing pode ser de grande ajuda para manter a competitividade da franquia no mercado.

Uso da tecnologia na gestão do marketing e do fundo de marketing

A tecnologia pode ser uma aliada valiosa na gestão do marketing e do fundo de marketing. Softwares e plataformas especializadas podem ajudar a otimizar o acompanhamento das atividades, medir o retorno sobre o investimento (ROI) e garantir a transparência no uso dos recursos.

Investir em tecnologia também é fundamental para a profissionalização da rede. Com a ajuda de ferramentas digitais, tanto franqueadores quanto franqueados podem tomar decisões mais informadas, aprimorar a comunicação e garantir a padronização das ações de marketing.



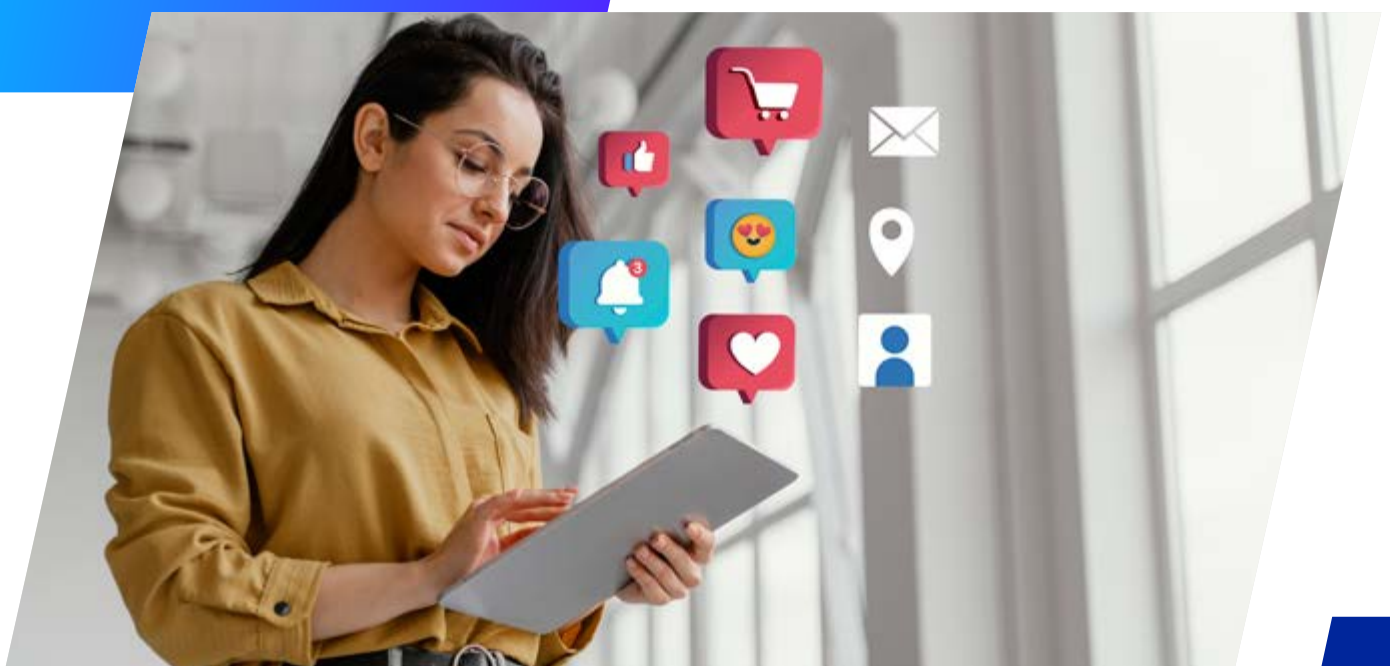


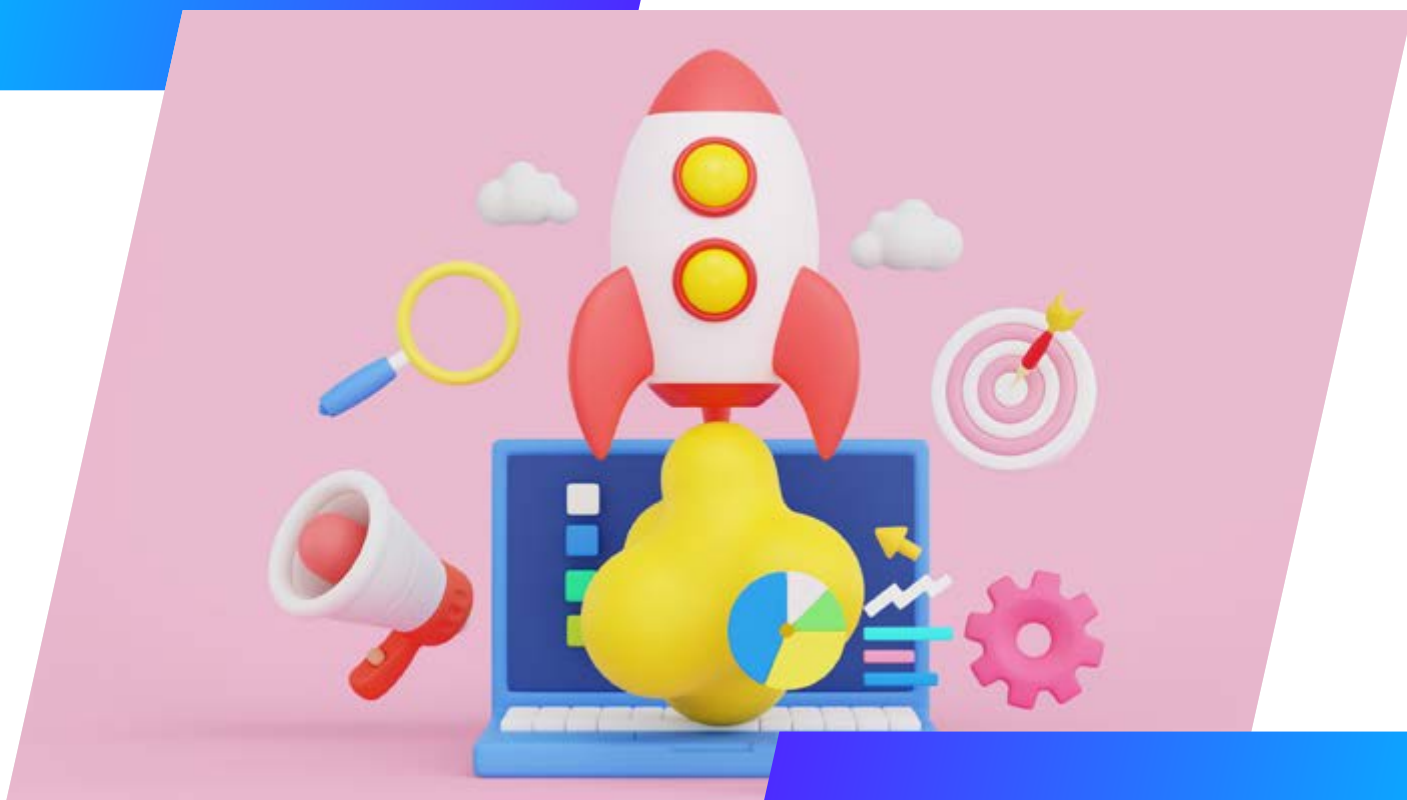
Análise de resultados e prestação de contas

A análise de resultados é uma parte crucial do processo de marketing. Os franqueadores devem estabelecer processos para coletar, analisar e compartilhar informações sobre o desempenho das campanhas de marketing com os franqueados. Essa prática possibilita o ajuste das estratégias de marketing conforme necessário, garantindo que os esforços sejam direcionados para ações que gerem os melhores resultados. Além disso, a análise de resultados permite que as franquias identifiquem tendências e oportunidades de mercado, otimizando ainda mais suas estratégias de marketing.

A prestação de contas é igualmente importante, especialmente no contexto do fundo de marketing. Garantir a transparência na utilização dos recursos e na comunicação dos resultados aos franqueados fortalece a confiança na rede e contribui para o sucesso a longo prazo das unidades de franquia.

Um exemplo de ajuste nas estratégias de marketing pode ser a mudança no mix de mídia utilizado para promover a marca, priorizando os canais que geram maior engajamento e conversão de clientes. Outro ajuste pode ser a personalização das campanhas de marketing para atender às preferências e comportamentos dos consumidores locais. Esses ajustes, quando feitos com base na análise de resultados, podem levar a um aumento significativo no sucesso das campanhas de marketing e, conseqüentemente, no crescimento da rede de franquias.





Análise e transparência impulsionam o sucesso do marketing em franquias. Alcance novos patamares!

A gestão de marketing em uma rede de franquias é um aspecto crucial para o sucesso e crescimento de todas as unidades envolvidas. Desde a criação de um plano de marketing eficaz, passando pela gestão do fundo de marketing e a importância da padronização na comunicação, até a adoção de tecnologia e análise de resultados, cada etapa desempenha um papel fundamental na construção e manutenção de uma marca sólida e competitiva.

Para garantir o sucesso e a sustentabilidade do negócio, é essencial que franqueadores e franqueados estejam comprometidos com uma comunicação aberta, transparente e participativa. Ao trabalhar em conjunto para desenvolver e implementar estratégias de marketing local e regional, alinhar expectativas e compartilhar responsabilidades, a rede de franquias pode crescer e prosperar em um mercado cada vez mais competitivo.

Investir em tecnologia e na análise constante dos resultados das ações de marketing é crucial para garantir o melhor retorno sobre os investimentos e aprimorar continuamente as estratégias. Ao adotar uma abordagem profissional e focada no desempenho, as redes de franquias podem conquistar a confiança e a lealdade de seus clientes, posicionando-se como líderes em seus respectivos mercados.





Referências

<https://mednetfranquias.com.br/marketing-para-franquias-o-que-e-fundo-de-marketing/>

<https://yungas.com.br/gestao-do-fundo-de-marketing-como-ser-justo-com-a-rede-de-franquias/>

<https://centraldofranqueado.com.br/marketing/plano-de-marketing/>



/sebrae



/tvsebrae



@sebrae



@sebrae