

PARTENARIAT

DE MULTIPLES ENSEIGNES SE COMPLÈTENT, ELLES CHERCHENT A TOUCHER LES MÊMES CONSOMMATEURS ET À CRÉER DES LIENS ET DES ÉCHANGES FRUCTUEUX.

LE PARTENARIAT DES RÉSEAUX.

VOTRE CATALOGUE ou VOTRE PLAQUETTE DE PRESTIGE FINANCÉ PAR VOS PARTENAIRES.

Vos partenaires bénéficient de la diffusion de votre support, de votre notoriété et en contrepartie, ils autofinancent votre catalogue.

Dans le respect de votre image, MY WAY se charge de toute l'opération ou d'une partie des démarches en collaboration avec vos services ou votre agence de publicité.

- Des démarches et négociations auprès des partenaires ou fournisseurs,
- De la gestion des budgets avec une garantie du financement global du document,
- De la conception à la fabrication.

Vos partenaires sont soit :
- d'autres Réseaux qui souhaitent toucher le même coeur de cible (présentant bien évidemment une activité complémentaire à la vôtre et non concurrentielle)

- vos fournisseurs très intéressés par la notoriété que vous leur apportez en qualité de client et qui par ce biais vont se positionner comme un fournisseur référence.

◇ Une Centrale d'Achat spécialisée distribue ses produits auprès de nombreux Réseaux dans une même activité. Chaque année, elle confie la réalisation globale de son catalogue à notre Agence.

De grands fabricants industriels renforcent leur présence sur ce marché par un espace publicitaire de ce catalogue. Ces partenaires permettent un autofinancement total du document.

◇ Un Réseau de Restauration nous confie régulièrement l'édition de ses menus et de ces documents publicitaires qui sont "sponsorisés" par des concessionnaires automobiles régionaux.

◇ MY WAY met en relation un Réseau de Prêt à Porter Enfants qui édite un catalogue trimestriel avec le soutien de grandes marques de produits pour enfants.

ÉCHANGES ET PARTENARIAT, CADEAUX MARCHANDISES, OFFRES ET GRATUITÉS.

Lorsque des Directions de produits, des enseignes recherchent à atteindre les mêmes cibles, pourquoi ne pas utiliser les mêmes supports, les mêmes événements ...

Ce partenariat permet aux enseignes de communiquer différemment, selon leur propre stratégie marketing tout en partageant les coûts avec d'autres annonceurs.

Des espaces "publicitaires"
De nombreux Réseaux éditent leurs propres magazines destinés à leur clientèle, diffusés en mailing et dans leurs propres points de vente.

Pourquoi ne pas diminuer son coût de fabrication en proposant à un Réseau, ayant une activité totalement distincte d'atteindre la même cible, les mêmes clients.

Il rentabilise son édition en partie et propose à une enseigne complémentaire un espace publicitaire ou publi reportage pour communiquer sur son image ou un de ces produits.

Des "gratuités".
Des gratuits peuvent être offerts par une enseigne lors de l'organisation d'un événement créé par une autre enseigne ou pour le lancement d'un de ses nouveaux points de vente.

Des appuis pour une ouverture.
Un support logistique ou encore des "cadeaux" ou offres promotionnelles peuvent être proposés par une enseigne implan-

tée dans un quartier ou dans une ville pour l'ouverture d'un nouveau point de vente d'un autre Réseau.

- Exemples d'activités complémentaires :
- le sport et les cosmétiques,
 - l'automobile de luxe et le chocolat haut de gamme,
 - la coiffure et le prêt à porter féminin,
 - les distributeurs de jouets et le prêt-à-porter enfants, etc ...

MY WAY se charge de contacter les Directions de Réseaux ou Marketing des enseignes pour ces partenariats. CONTACTEZ-NOUS POUR TOUTES OFFRES OU POUR TOUTES DEMANDES : MY WAY 01 64 69 08 76

Récemment le chocolatier GODIVA a offert des gratuits pour l'ouverture ainsi que pour des opérations ponctuelles de plusieurs salons JEAN-CLAUDE BIGUINE. Les clients ont beaucoup apprécié ce geste de la part de leur coiffeur mais ont aussi apprécié la qualité des chocolats et ont retenu l'adresse.



LE CLUB EUROPÉEN DES DIRECTEURS DE RÉSEAU, LE CÈDRE.

En 1991, six Directeurs de Réseau et un avocat sèment les premières graines de l'Association des Directeurs de Réseau, le Cèdre, institutionnalisant ainsi pour la première fois la profession de Directeur de Réseau.

Le Cèdre a pour vocation de regrouper les responsables de Réseau, Management et Développement (Franchise, Succursales, Chaînes Volontaires, Groupements, Partenariat ...)

Une nouvelle profession est née depuis 15 ans liée à l'essor des réseaux. L'essence du Cèdre est de rassembler cette profession en France et en Europe en favorisant des réflexions et des échanges sur sa fonction, son évolution, ses techniques, sa promotion.

Les membres du Cèdre sont présents à titre personnel et individuel : leur objectif est de communiquer entre eux, et non au nom de l'enseigne qu'ils représentent.



LES OBJECTIFS DU CÈDRE.

- Définir et valoriser la profession sous un dénominateur commun de Directeur de Réseau.
- Favoriser une réflexion et l'émanation de propositions sur les structures et les fonctions de Direction de Réseau.
- Echanger des informations techniques propres au développement des entreprises avec d'autres Clubs Européens.
- Echanger des informations scientifiques sur la distribution et la concurrence dans son environnement économique, juridique et financier national et européen.
- Promouvoir la profession dans les milieux industriels, favoriser le développement des techniciens de la franchise et des réseaux.

Pour toutes informations, CONTACTEZ :

LE CEDRE
Association des Directeurs de réseau
1, avenue Bugeaud - 75116 PARIS
Tél 01 47 27 45 88
Fax 01 47 04 94 17

ette année la remise du trophée au meilleur Directeur de Réseau d'Europe a été réalisée lors du salon de la Franchise, par le Président du Cèdre, Dominique GILBERT et l'Association Le Cèdre et Jean-Christophe BERNIER, Les Éditions Cadeaux.

UNE CARTE DE TÉLÉPHONE UNIVERSELLE "RÉSEAUX" AU PROFIT D'UNE CAUSE HUMANITAIRE.

Les Restos du Coeur, Sol En Si, Les Enfants de la Terre ...

Fédérer un grand nombre d'enseignes pour apporter un soutien et une aide financière à une cause caritative avec une carte interactive personnalisée visuellement et vocalement à l'image du Réseau.

La carte de téléphone universelle est sans puce et s'utilise à partir de n'importe quel téléphone : cabine publique, mais surtout de chez soi, du bureau, de l'hôtel, etc ... soit à partir de plus de 25 millions de téléphones.

Simple à utiliser, l'utilisateur appelle gratuitement une plate-forme à partir d'un numéro vert inscrit au dos de la carte.

Sur invitation du serveur, il compose son code secret qu'il a découvert également au dos de la carte sous une pâte à gratter.

Dès que la carte est identifiée, un spot vocal personnalise le Réseau à son image et accueille le client. Le message vocal peut évoluer au cours de l'opération.

Après avoir entendu le spot publicitaire, l'utilisateur est informé du crédit de sa carte et invité à appeler le correspondant de son choix.

Le rôle des Réseaux : distribuer un produit "grand public" au profit d'une épargne solidaire.

En achetant une carte Universelle participez avec Les Réseaux à une oeuvre caritative.

10 unités de crédit de 100 unités

10 unités de crédit de 200 unités

10 unités de crédit de 300 unités

10 unités de crédit de 400 unités

10 unités de crédit de 500 unités

Ces cartes distribuées par les points de vente sont téléchargées d'unités téléphoniques.

Les cartes sont vendues aux consommateurs 100 unités ou nombre d'unités proposées par l'Association. 10 unités de crédit de fabrication de la carte. L'utilisateur bénéficie de 20 à 500 unités téléphoniques.

Le consommateur peut après utilisation de ces premières unités, recharger sa carte par simple manipulation sur le clavier de son combiné à l'aide de son n° de carte bleue.

- Plusieurs choix lui sont alors proposés :
- renouveler un crédit d'unités,
 - renouveler un crédit d'unités accompagnés d'un don de 10% à l'Association Caritative,
 - effectuer un don à l'Association.