



FICHE SAVOIR MANAGÉRIAL

Animer un réseau de partenaires

Retrouvez toutes les fiches en intégralité avec les liens actifs



Les entreprises sont entourées de différents types de partenaires.

Dans un souci de cohésion et de coopération, il est utile de mettre en place des actions d'animation qui pourront être menées par des animateurs de réseau, chargés de coordonner les membres du réseau, de leur rendre visite, de piloter leurs actions et d'évaluer les membres du réseau (dans les grandes entreprises).

L'animation est un processus récurrent et permanent qui peut passer par divers axes :

► Mobiliser les membres du réseau

- Créer un manuel de qualité : pour préciser le savoir-faire.
- Partager des valeurs communes : concept-culture.
- Garantir la qualité des prestations : rédiger une procédure puis contrôler.
- Proposer des certifications, des agréments.
- Évaluer l'investissement des membres du réseau (entretiens, réunion).

► Soutenir les membres du réseau

- Aide technique selon le métier du réseau, accompagnement.
- Mutualisation de ressources : achats groupés, gestion des approvisionnements.
- Aide au recrutement, assistance juridique.

► Proposer des outils commerciaux

- Kits de vente (boîte à outils : vidéos démo, OAV...).
- Faciliter la gestion de la relation client avec un CRM.
- Intranet/extranet dédié aux partenaires.
- Campagnes de communication, d'e-mailing.

► Informer/communiquer

- Informer sur les potentialités du marché, la concurrence, la stratégie de réseau, les nouvelles offres...
- *Newsletter* des réseaux sociaux.
- Réseaux sociaux : maintient le lien, partage de compétences et d'expériences (groupe Facebook, blog participatif).
- Actualité du réseau.
- Groupes de travail, réunions, plateformes digitales.

► Former

- Aux produits, aux techniques de vente, aux *process*.
- Formation en présentiel, en *e-learning*.

► Piloter

- **Fixer des objectifs** : pour que les partenaires contribuent efficacement au fonctionnement du réseau, et donc permettre à la tête de réseau d'atteindre ses propres objectifs.
- **Gérer les crises** si besoin.
- **Veiller au respect du concept** : un cahier des charges (une bible du franchiseur), propose les éléments clés du concept.