

Les Franchisés



57% [↗]
(+7 points)

utilisent les réseaux sociaux pour faire connaître l'actualité de leur point de vente

PRINCIPALES UTILISATIONS



94%

ont crée une page facebook dédiée à leur point de vente



37%

organisent des évènements via les réseaux sociaux



31%

twittent régulièrement sur l'actualité de leur point de vente

LES OUTILS DE FIDÉLISATION MIS EN PLACE

72%

Procèdent à des envois d'emails ou de SMS

60%

Proposent une carte de fidélité

Commerce : 72%

CHR 95%

Coiffure & esthétique : 81%

Alimentaire : 80%

24%

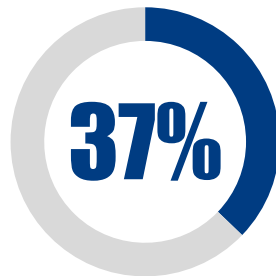
Organisent des ventes privées

94%

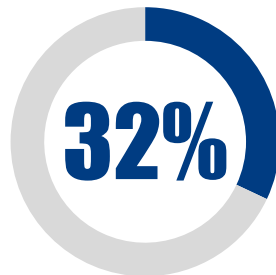
ont pris en compte les
réseaux sociaux dans leur
stratégie de communication.

69%

ont mis en place un
suivi de réputation de
la marque sur les
réseaux sociaux.

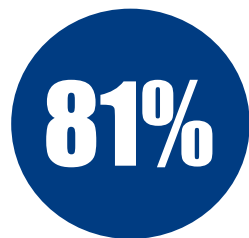


déclarent que les consommateurs
ont la possibilité de **publier des**
avis sur leur site internet



envisagent d'être **référencés** sur
un site internet recueillant des
avis et conseils de consommateurs
(comme Tripadvisor, lafourchette...)

Ancienneté 6-14 ans : 41%



des français **consultent les avis consommateurs** sur les réseaux sociaux avant de réaliser un achat

▼
33%

Systématiquement ou régulièrement

25-34 ans : 54%

CSP+ : 42%



estiment qu'il est important de pouvoir **partager un avis** sur le site internet d'une enseigne

▼
12%

Très important

25-34 ans : 20%

CSP+ : 17%

Rendez-vous en mai sur les réseaux sociaux pour la suite des résultats de l'enquête



@BanquePopulaire
@Franchise_FFF
#Franchise