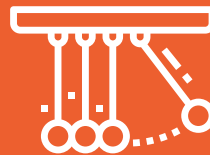


Comunicação em Franchising

O Papel da Comunicação

A experiência e o know-how ao lidar com a criação de estratégias de marketing de comunicação eficientes e eficazes para redes de franchising, tornam-se os indicadores da necessidade de desenvolver respostas adaptadas a novas tendências de consumo. Foram estes elementos que deram forma ao GO>360 – PR4FRANCHISING.



Factos a Reter

1.

Definir Objetivos de Comunicação: Antes de desenvolver uma estratégia de comunicação, é essencial definir os objetivos, que podem incluir melhorar a coesão da marca ou facilitar a troca de informações.

2.

Identificar o Público-Alvo: No franchising, os principais públicos-alvo da comunicação são os franchisados e a equipa de suporte do franchisor. Cada grupo requer uma abordagem de comunicação específica.

3.

Ferramentas e Táticas de Comunicação: Ferramentas como manuais de operação, documentos informativos, plataformas de comunicação interna e programas de formação e desenvolvimento contínuo são essenciais para garantir que os franchisados e as suas equipas estão sempre atualizados.

Desafios

Barreiras geográficas, consistência de mensagem e adaptação cultural.

Soluções

Plataformas digitais, formação regular e flexibilidade cultural.

