



Making Things Happen ...



Plan de déploiement d'un réseau de franchises

Société : Société Industrielle de Bloc

Plan de déploiement

 *Juin 2020*

Sommaire

Section	Page
<i>Stratégie de ciblage</i>	3
<i>Objectifs</i>	14
<i>Roadmap</i>	17
<i>Les actions par année</i>	19
<i>Annexe</i>	24



Stratégie de ciblage



Les données sont issues de L'INS et du ministère de l'Équipement

Les données sont rassemblées dans un tableau à double entrée :

- **Lignes** : liste des 24 gouvernorats et **Colonnes** : les critères de sélections

➤ **Attractivité de la zone :**

❖ **Les ventes par gouvernorats** : ces données montrent la tendance de construction dans les gouvernorats ainsi que sur le comportement de la population

❖ **Nombre de Logements bâtis** : ces données montrent la tendance de construction dans les gouvernorats ainsi que sur le comportement de la population

❖ **Nombre d'engagements des clients par gouvernorats** : ces données montrent l'intérêt des clients par gouvernorats (étant donnée que les publications sont sponsorisés et ciblés , ce critère n'a pas été pondéré)

❖ **Nombre de promoteurs immobiliers** : ces données montrent les zones à fort potentiel. Les promoteurs immobiliers s'installent généralement dans les zones à fort potentiel.

➤ **Evolution de la zone :**

❖ **Nombre de permis de construire** : ces données montrent l'évolution du marché de la construction dans les gouvernorats tunisiens

❖ **Permis de construire pour promoteur immobilier** : ces données montrent et nous donnent une idée sur la démarche stratégique des promoteurs immobiliers dans la construction des logements. Leurs choix sont généralement basés sur une étude du marché

❖ **Source d'approvisionnement** : ces données montrent la disponibilité des sources d'approvisionnement de la matière première (vu que la matière première est abondante, un + a été donné à tous les gouvernorats)

➤ **Analyse de la concurrence**

❖ **Concurrence indirecte** : l'analyse de la concurrence indirecte (les produits qui répondent au même besoin) nous permet d'identifier les zones dites rouges à fort caractère concurrentiel

➤ **Analyse de la population :**

❖ **Nombre de population** : le nombre de population est un facteur très important qui nous montre les zones les plus peuplées et les moins peuplées et nous permet d'avoir une idée sur le comportement de la population

**Collecte et
traitement des
données**



Analyse des données/ Grille d'analyse

Grille de sélection :

- La grille d'analyse vise à identifier les zones à fort potentiel , d'aide à la prise de décision et de proposer des pistes de déploiement
- Il s'agit d'un outil d'évaluation basé sur les 4 critères ci-dessous : (se référer au tableau d'analyse)

Attractivité de la zone - Evolution de la zone -Analyse de la concurrence - Analyse de la population :

Méthode d'évaluation :

L'évaluation des gouvernorats se fait de la manière suivante :

Les gouvernorats qui auront un nombre supérieur à la moyenne de l'indicateur sera noté positivement dans le cas contraire il sera noté négativement

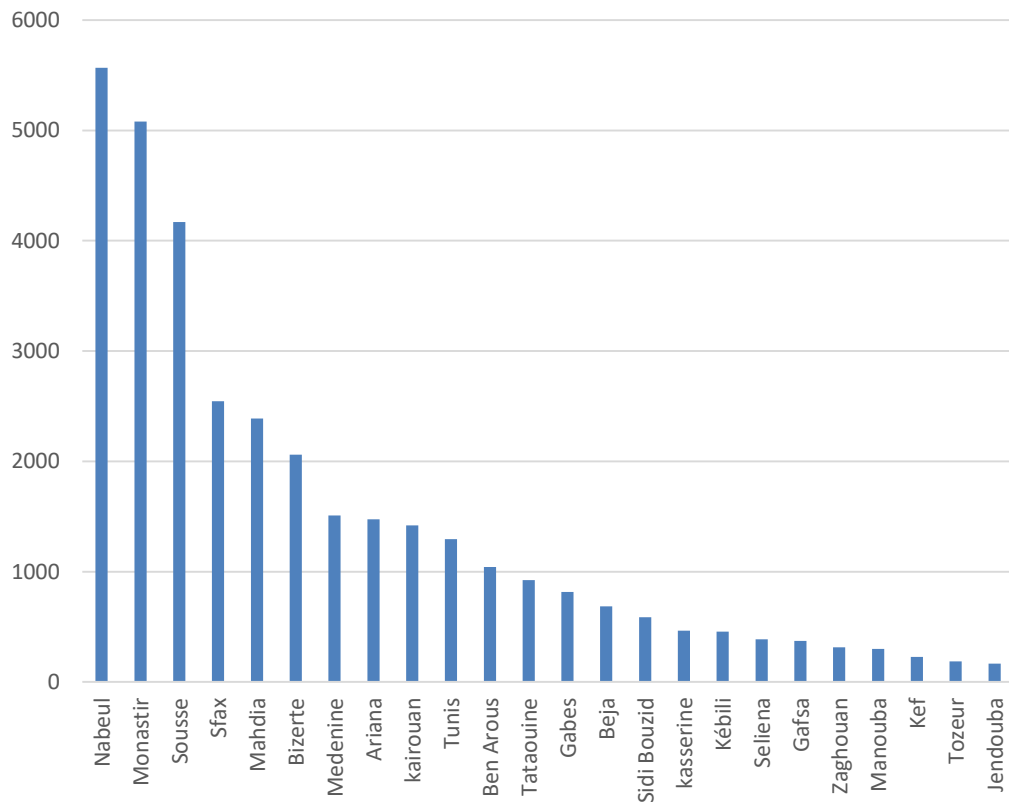
Exemple : La moyenne de logements bâtis en 2017 est de 1435, tous les gouvernorats qui ont un nombre de logements bâtis supérieur à 1435 sera noté positivement.



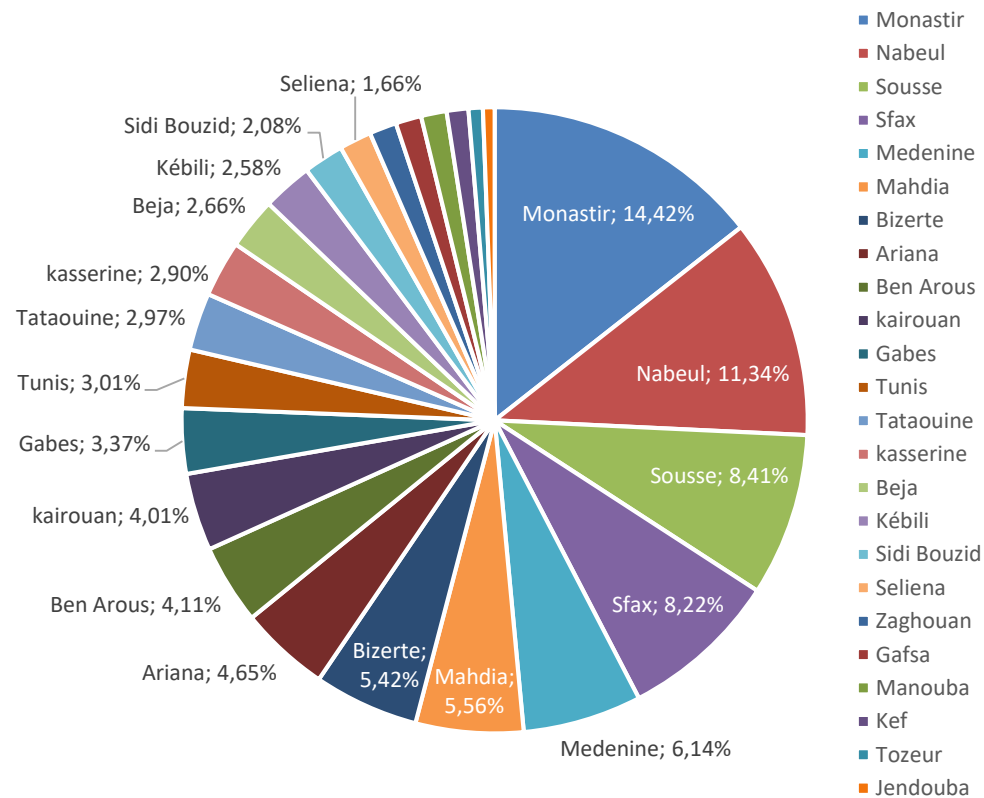
Région	Gouvernorat	Délégations	Score Attractivité de la zone			
			Carctéristique de la zone		Evolution de la zone	
			Logement Batis	Promoteur Immobilier	Permis de construire	Permis pour Promoteur Immobilier
Grand Tunis	Tunis	21	-	+	-	-
Grand Tunis	Ariana	7	+	+	+	+
Grand Tunis	Ben Arous	12	-	+	-	+
Grand Tunis	Manouba	8	-	-	-	-
Nord Est	Nabeul	16	+	-	+	+
Nord Est	Zaghuan	6	-	-	-	-
Nord Est	Bizerte	14	+	-	+	-
Nord Ouest	Beja	8	-	-	-	-
Nord Ouest	Jendouba	8	-	-	-	-
Nord Ouest	Seliena	10	-	-	-	-
Nord Ouest	Kef	10	-	-	-	-
Centre Est	Sousse	16	+	+	+	+
Centre Est	Monastir	13	+	-	+	-
Centre Est	Mahdia	11	+	-	+	-
Centre Est	Sfax	16	+	+	+	+
Centre Ouest	kairouan	11	-	-	-	-
Centre Ouest	kasserine	13	-	-	-	-
Centre Ouest	Sidi Bouzid	12	-	-	-	-
Sud Est	Gabes	10	-	-	-	-
Sud Est	Medenine	9	+	-	+	-
Sud Est	Tataouine	7	-	-	-	-
Sud Ouest	Gafsa	11	-	-	-	-
Sud Ouest	Tozeur	6	-	-	-	-
Sud Ouest	Kébili	6	-	-	-	-

L'illustration de la répartition des permis de construire réalisée par le ministère de l'équipement de l'aménagement du territoire (MEHAT) pendant 2017

Logements bâtis

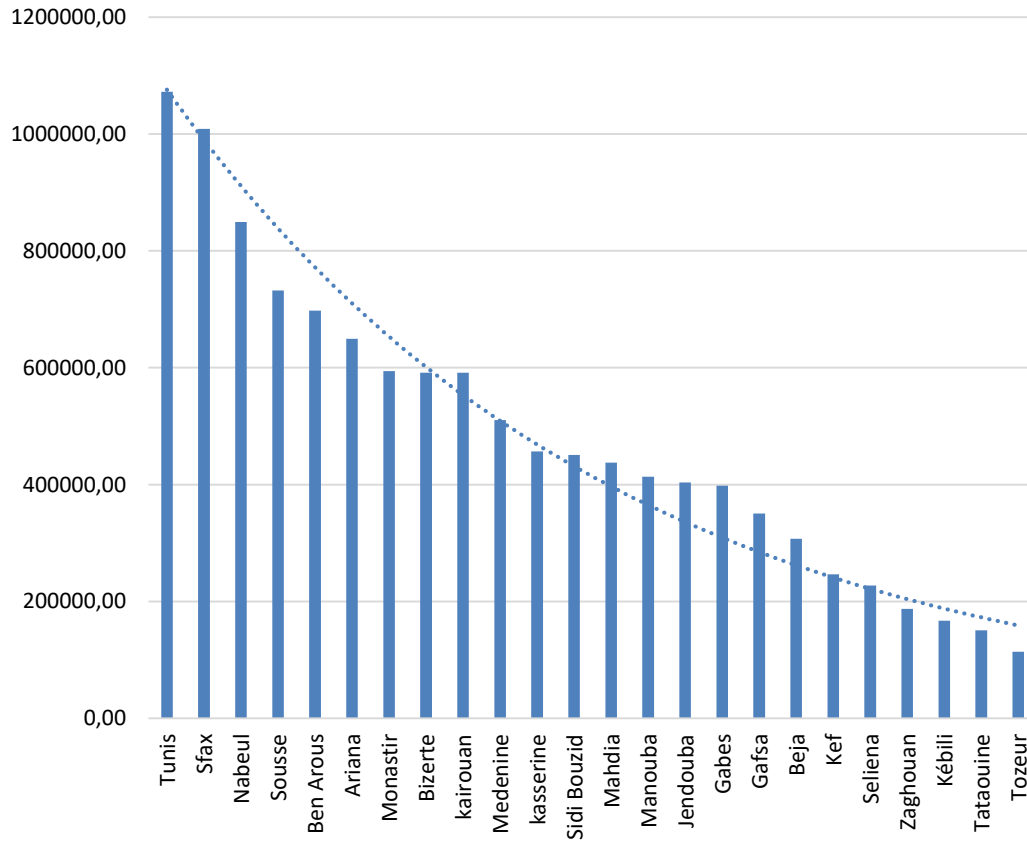


Permis de construire par gouvernorat

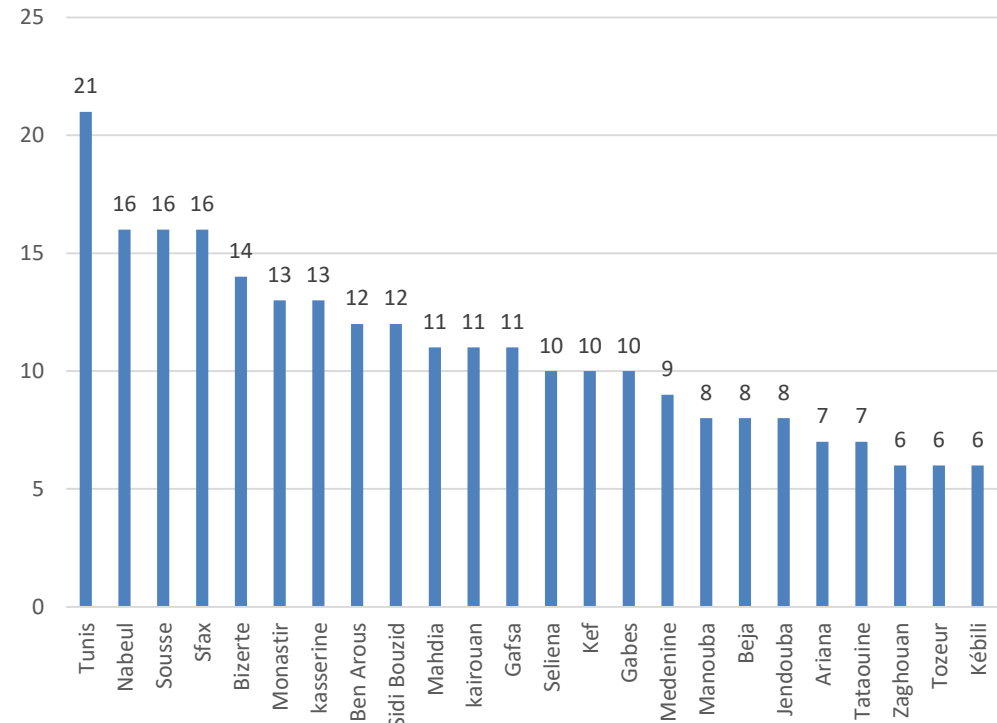


L'illustration de la répartition de la population et du nombre de délégations réalisée par INS pendant 2017

Population par gouvernorat



Nombre de délégations



On constate d'après les graphiques précédents que les gouvernorats de Nabeul, Monastir, Sousse, Sfax, Mahdia, Bizerte, Médenine et Arianna ont les nombres les plus élevés en terme de logements bâtis, de promoteurs immobiliers et de population contrairement aux gouvernorats Jendouba, Tozeur, Kef, Kebili et Gafsa qui ont les nombres les plus faibles.

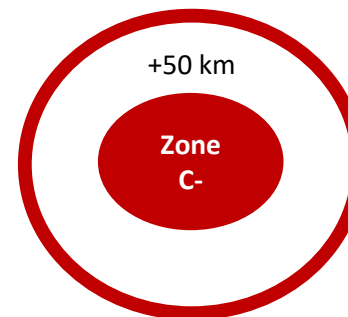
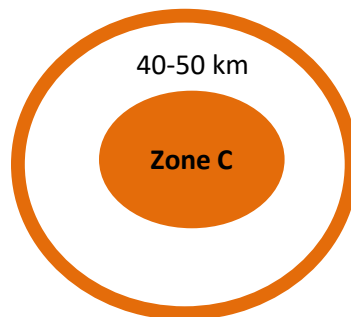
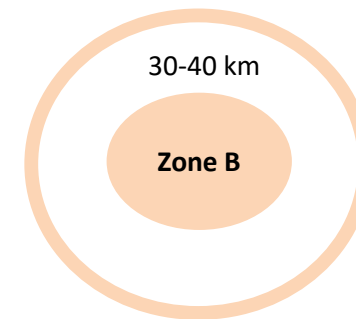
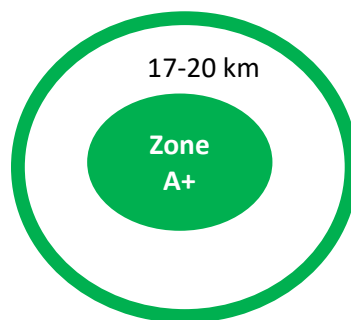
- Les nombre élevés dans certaines zones peut être expliqué par :
 - Les vecteurs du tourisme pour les zones côtières et de l'industrie du coup l'emploi pour les autres zones sont parmi les vecteurs qui ont générés une forte concentration que ce soit de logements ou de population dans ces zones.
 - Le pouvoir d'achat élevé dans ces zones par rapport aux autres
- Aussi la baisse dans les autres gouvernorats peut être expliqué par :
 - La construction des logements anarchiques non règlementés et du coup non déclarés dans les statistiques. Ce type de logements est dû à la baisse de l'offre des logements et des lots sociaux au profit des personnes à faible revenu.
 - La dégradation du logements bâtis vu la migration de la population de ces zones vers le capital et les zones industriels ou touristiques. On peut constater que la corrélation entre la dégradation du logements bâtis et le dépeuplement dans ces zones est positifs
 - La majorité de ces zones sont des zones rurales et les terres sont à vocation agricole

Région	Gouvernorat	Délégations	Score
Grand Tunis	Ariana	7	8
Nord Est	Nabeul	16	7
Centre Est	Sousse	16	6
Centre Est	Sfax	16	6
Grand Tunis	Tunis	21	5
Grand Tunis	Ben Arous	12	5
Nord Est	Bizerte	14	5
Centre Est	Monastir	13	4
Sud Est	Medenine	9	4
Grand Tunis	Manouba	8	2
Nord Est	Zaghouan	6	2
Nord Ouest	Beja	8	2
Centre Est	Mahdia	11	2
Centre Ouest	kairouan	11	2
Centre Ouest	Sidi Bouzid	12	1
Sud Ouest	Gafsa	11	1
Nord Ouest	Jendouba	8	0
Nord Ouest	Seliena	10	0
Nord Ouest	Kef	10	0
Centre Ouest	kasserine	13	0
Sud Est	Gabes	10	0
Sud Est	Tataouine	7	0
Sud Ouest	Tozeur	6	0
Sud Ouest	Kébili	6	0



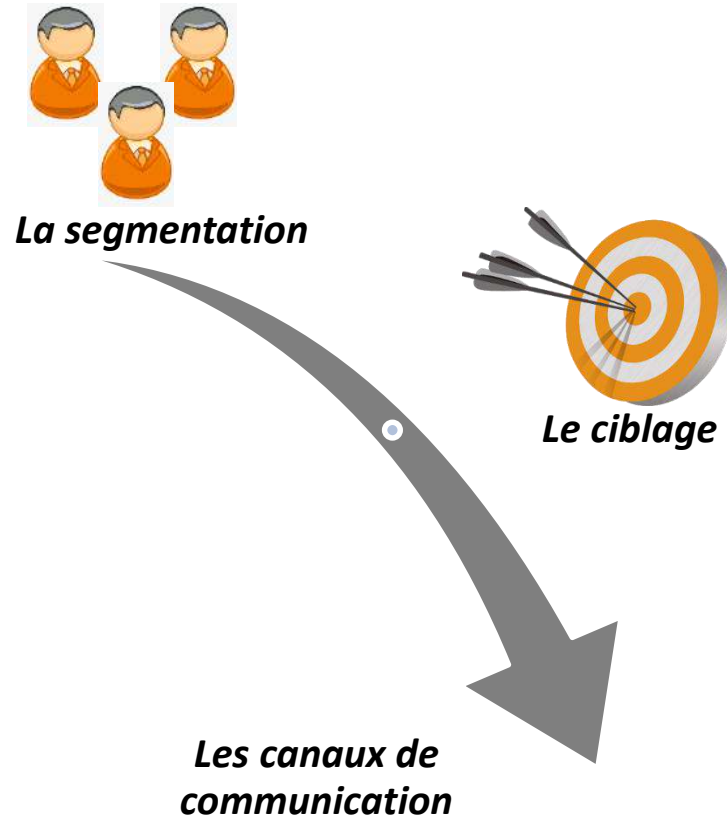
- La grille montre que Ariana , Nabeul , Sousse, Sfax, Nabeul , Tunis , Ben Arous , Bizerte , Monastir et Médenine sont les gouvernorats à fort potentiel de construction
- Certaines régions du sud (Gabes–Tozeur–Kébili,...) ont des habitudes socioculturelles pour l'utilisation des matériaux de constructions écologiques et traditionnels .L'ouverture d'une franchise dans cette zone pourrait être considérée si une étude de marché le confirme.

Région	Gouvernorat	Zone
Grand Tunis	Ariana	A+
Nord Est	Nabeul	A+
Centre Est	Sousse	A+
Centre Est	Sfax	A+
Grand Tunis	Tunis	A
Grand Tunis	Ben Arous	A
Nord Est	Bizerte	A
Centre Est	Monastir	A
Sud Est	Medenine	A
Grand Tunis	Manouba	B
Nord Est	Zaghouan	B
Nord Ouest	Beja	B
Centre Est	Mahdia	B
Centre Ouest	kairouan	B
Nord Ouest	Jendouba	C
Nord Ouest	Seliena	C
Nord Ouest	Kef	C
Centre Ouest	kasserine	C-
Centre Ouest	Sidi Bouzid	C-
Sud Est	Gabes	C-
Sud Est	Tataouine	C-
Sud Ouest	Gafsa	C-
Sud Ouest	Tozeur	C-
Sud Ouest	Kébili	C-



- Nous recommandons de prioriser les zones à fort potentiel dans le déploiement des franchises et d'éviter ou de minimiser le nombre de franchises dans les zones à faible potentiel.
- Les gouvernorats ont été divisés en 5 catégories en fonction du potentiel de construction (nombre de + atteints élaboré dans la grille de sélection)
- La distance entre les deux franchises a été élaboré en fonction des catégories :
 - **Zone A+** : entre 17 et 20 km
 - **Zone A** : entre 20 et 25 km
 - **Zone B** : entre 30 et 40 km
 - **Zone C** : entre 40 et 50 km
 - **Zone C-** : au delà de 50 km

La démarche de la stratégie de ciblage des promoteurs s'articule autour de 3 axes :



1

- **la segmentation:** segmenter notre cible en groupes de promoteurs homogènes selon leurs profils , besoins et leurs attentes afin d'être plus performant et pertinent dans les actions marketing.

2

- **Le ciblage :** Identifier les structures organisationnelles et digitales pour atteindre les profils ciblés .

3

- **Les canaux de communication :** Déterminer les supports adéquats pour attirer les promoteurs cibles à investir dans le réseau de franchises SOIB

Profil	Les attentes	Ou les trouver ?	Communication
Investisseur	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cherche à rentabiliser son investissement ▪ Cherche des opportunités d'investissement ▪ Cherche des créneaux porteurs et durables <p>Les Attentes de la part du franchiseur:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ une bonne connaissance du secteur d'activité ▪ Une bonne vision à court /moyen /long terme 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ l'Association Tunisienne des Investisseurs en Capital (ATIC) ▪ Les associations professionnelles (UTICA) ▪ API régionaux (les régions à fort potentiel) ▪ IACE ▪ Les salons d'investissements ▪ Les Réseaux sociaux professionnels : LinkedIn 	<p>Le canal :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Organiser des réunions ▪ Déjeuner - débat <p>Support:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ un business plan franchise ▪ vision de la SOIB à court / moyen / long terme du projet ▪ Concept document ▪ Potentiel de développement du marché avec des chiffres
Jeune entrepreneur	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aime être libre et indépendant dans le projet ▪ Cherche des projets innovants ▪ Cherche un statut d'entrepreneur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Les écoles d'ingénieurs/les écoles et les instituts délivrant une formation en génie civil ▪ Les banques : BTS , BFME ▪ Les associations des jeunes entrepreneurs ▪ Le Centre des Jeunes Dirigeants d'entreprise de Tunisie (CDJ) ▪ Les réseaux sociaux 	<p>Le canal :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Conférence dans les universités ▪ Proposition des projets de fin d'études ▪ Publier des fiches du projet sur les sites des banques et les réseaux sociaux <p>Support :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Concept document

Profil	Les attentes	Ou les trouver ?	Canal de communication
Ecolo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ S'intéresse à la protection de l'environnement ▪ Adopte des comportements écologiques ▪ à la recherche d'un style de vie alternatif Préfère les produits naturels . 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Les associations écologiques en Tunisie ▪ Le salon de l'éco-construction ▪ Les ONG ▪ Organisation Mondiale pour la Protection de l'Environnement OMPE ▪ Les réseaux sociaux 	<p>Le canal :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Organiser des réunions ▪ Meeting ▪ Déjeuner-débat <p>Support :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mission /Vision /Objectifs SOIB ▪ Partage des études de promotion du style écologique
Acteur des matériaux de construction	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cherche des opportunités d'expansion ▪ Cherche des créneaux porteurs ▪ Cherche à investir dans des nouveaux produits ▪ Préfère investir dans un domaine qu'il maîtrise déjà 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ MEDIBAT : Salon méditerranéen du bâtiment ▪ CARTHAGE Salon International de la Construction et du Bâtiment ▪ BTP EXPO : Le Salon International du Matériel et Equipements pour Travaux Publics, Bâtiment et Carrières de Tunis ▪ Centre Technique des Matériaux de Construction, de la Céramique et du Verre ▪ Les salons de l'immobilier 	<p>Canal:</p> <p>Participation aux salons internationaux</p> <p>Publier fiche projet sur le site CMCCV et les réseaux sociaux</p> <p>Support :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Concept Document ▪ un business plan ▪ Etude :Comparaison des BTC aux produits conventionnels de construction



Objectifs



Axes stratégiques

Objectifs stratégiques

Axe Développement du réseau de franchises

- *Atteindre 2 franchises pour 2020 et 252 franchises à l'horizon de 10 ans*
- *Déployer les franchises dans les 10 gouvernorats (délégations) prioritaires pour les trois premières années et le reste des gouvernorats (délégations) à l'horizon 10 ans*

Axe Commercial

- *Accroître la vente des blocs, en phase avec l'extension du réseau de franchises*
- *Augmenter la part de marché des BTC dans le marché des matériaux de construction*

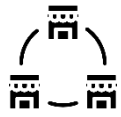
Axe Financier

- *Négocier et concrétiser une convention avec une banque partenaire en 2020*
- *Etendre le périmètre des conventions avec d'autres banques et institutions financières à l'horizon de 5 ans*

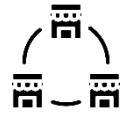
Axe opérationnel

- *Développer et mettre en place un système de facturation en ligne*
- *Mettre en place un programme de formation complet/ formation continue*
- *Préparer un dossier de franchisé complet rassemblant tous les documents nécessaires*
- *Mettre la structure du suivi et monitoring du réseau des franchises*

2020 – 2025

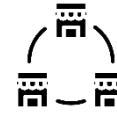
72
Franchises

2 Franchises

2020
T2

10 Franchises

2021



15 Franchises

2022



15 Franchises

2023



15 Franchises/an

2024
2025

Prospection

- Nombre de promoteurs potentiels à identifier: **400**
- Nombre de dossiers retenus (10%): **40**
- Nombre de candidats retenus à la contractualisation (20%): **8**
- Nombre de dossier concrétisé (25%): **2**

Prospection

- Nombre de promoteurs potentiels à identifier: **2000**
- Nombre de dossiers retenus (10%): **200**
- Nombre de candidats retenus à la contractualisation (20%): **40**
- Nombre de dossier concrétisé (25%): **10**

Prospection

- Nombre de promoteurs potentiels à identifier: **3000**
- Nombre de dossiers retenus (10%): **300**
- Nombre de candidats retenus à la contractualisation (20%): **60**
- Nombre de dossier concrétisé (25%): **15**

Prospection

- Nombre de promoteurs potentiels à identifier: **3000**
- Nombre de dossiers retenus (10%): **300**
- Nombre de candidats retenus à la contractualisation (20%): **60**
- Nombre de dossier concrétisé (25%): **15**

Prospection

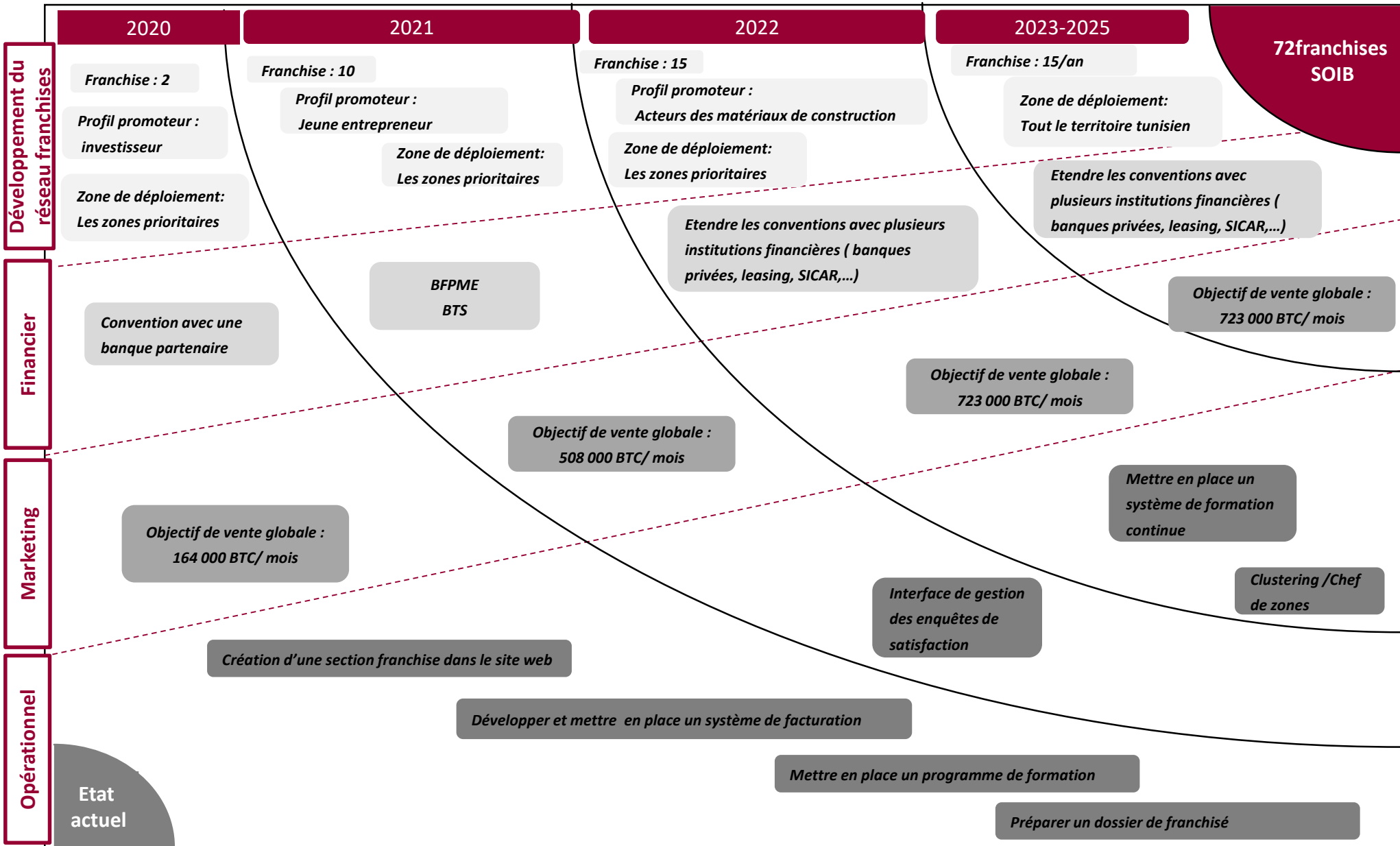
- Nombre de promoteurs potentiels à identifier: **3000**
- Nombre de dossiers retenus (10%): **300**
- Nombre de candidats retenus à la contractualisation (20%): **60**
- Nombre de dossier concrétisé (25%): **15**

Source: Ratios issus des bonnes pratiques de prospection commerciale



Roadmap







Les actions par année



Axe	Actions	Responsable	Budget
Développement du réseau de franchises	<p>Des supports de communication :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Monter une vidéo représentative du concept de franchise SOIB ▪ Créer des Brochures de présentation du concept franchise SOIB (Exemple: se référer au concept Document) <p>Evénementiel :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Organiser un événement « journée porte Ouverte SOIB » dans des sites de références (Déjeuner-présentation SOIB- présentation SOIB franchise) ▪ Organiser des évènements dans les centres d'affaires régionaux des zones à fort potentiel (Contact disponible site APII) <p>Marketing digital :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Créer un compte LinkedIn professionnel SOIB Franchise ▪ Préparer un message type de présentation de la SOIB franchise (LinkedIn) ▪ Préparer un calendrier avec les contenus à publier (des statuts accrocheurs, stories, vidéos, direct,...) ▪ Sponsoriser les publications dans les réseaux sociaux (les zones à fort potentiel) 	A définir	
Financier	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Préparer des études financières de 2 promoteurs éligibles ▪ Prendre contact avec une banque partenaire privée ▪ Assister les promoteurs dans la démarche de la banque ▪ Négocier une convention à l'aide du business case ▪ Signature de la convention 	A définir	
Opérationnel	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Créer/rajouter un onglet « SOIB Franchise » sur le site web SOIB (vidéo représentative du concept franchise SOIB, formulaire, concept document,...) ▪ Développer les supports contractuels : <ul style="list-style-type: none"> -Les conditions générales de ventes -Valider le template du contrat selon la réglementation en vigueur ▪ Développer un système de facturation en ligne (suivant le cahier des charges fonctionnels) ▪ Préparer les documents de formation ▪ Préparer un dossier franchisé rassemblant tous les documents à fournir au franchisé 	A définir	
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Assurer la vente de 164 000 BTC / Mois ▪ Assister les franchisés à concrétiser les volumes de ventes par : Publications sponsorisés (photos de réalisations, témoignage, vidéo explicative du concept BTC (essayer de reprendre les questions les plus fréquentes et y répondre, ...) 	A définir	

Axe	Actions	Responsable	Budget
Développement du réseau de franchises	<p>Evénementiel :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Organiser des conférences dans les universités (génie civil, école d'architecture, beaux arts,...) exemple : <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ecole Nationale d'Ingénieurs de Tunis (ENIT) ➤ Ecole Nationale supérieure d'Ingénieurs de Tunis (ENSIT) ➤ Ecole nationale d'architecture et d'urbanisme (ENAU) ➤ Ecole Polytechnique Sousse ➤ Ecole Nationale d'Ingénieurs de Sfax (ENIS) ➤ ISET Nabeul ➤ Université centrale ➤ Ecole Supérieure Privée d'Ingénierie et de Technologies (ESPRIT) ➤ l'université libre de Tunis ULT ➤ Organiser des évènements dans les centres d'affaires régionaux des zones à fort potentiel (Contact disponible site APII) ▪ Organiser un évènement pour les associations des jeunes entrepreneurs ▪ Organiser un évènement dans Le Centre des Jeunes Dirigeants d'entreprise de Tunisie (CDJ) <p>Marketing digital :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Préparer une vidéo représentative du concept de franchise SOIB (Une franchise pilote) 	A définir	
Financier	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prendre contact avec la BFPME et la BTS ▪ Présenter le business case ▪ Présenter un exemple d'une franchise pilote 	A définir	
Opérationnel	<ul style="list-style-type: none"> ▪ RAS 	A définir	
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Assurer la vente de 508 000 BTC / Mois ▪ Assister les franchisés à concrétiser les volumes de ventes par : <ul style="list-style-type: none"> -Organisation des événements auprès des municipalités pour promouvoir le concept des BTC auprès des habitants -Offres 	A définir	

Axe	Actions	Responsable	Budget
Développement du réseau de franchises	<p>Événementiel :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Organiser des réunions dans le centre Technique des Matériaux de Construction, de la Céramique et du Verre ▪ Participer aux salons professionnels, salons de bâtiments exemple : <ul style="list-style-type: none"> ➢ Pro-immo (septembre) ➢ Salon professionnel de la construction du bâtiment " Carthage" salon international de la construction et du bâtiment (Novembre) ➢ Salon de l'entreprise (Février) ➢ Le Salon International du Matériel et Equipements pour BTP Tunisie BTP expo (Février) ➢ MEDIBAT : SALON MÉDITERRANÉEN DU BÂTIMENT (Mars) ▪ Organiser des réunions dans les associations / Organisations écologiques ▪ Participer dans les salons de l'éco-construction : <ul style="list-style-type: none"> ➢ Salon de l'éco-construction et de l'innovation (Février) 	A définir	
Financier	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Etendre les conventions avec plusieurs institutions financières (banques privées, leasing, SICAR,...) 	A définir	
Opérationnel	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mettre en place une interface de gestion des enquêtes de satisfactions ▪ Mettre en place un système de formation continue 	A définir	
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Assurer la vente de 723 000 BTC / mois ▪ Assister les franchisés à concrétiser les volumes de ventes par : <ul style="list-style-type: none"> -Développer des partenariats avec des architectes 	A définir	

Axe	Actions	Responsable	Budget
Développement du réseau de franchises	Analyse marketing : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Faire une analyse des évènements les plus fructueux ▪ Faire une analyse des profils les plus appropriés ▪ Réorganiser des évènements selon le résultat des analyses ▪ Participer aux salons professionnels 	A définir	
Financier	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Etendre les conventions avec plusieurs institutions financières (banques privées, leasing, SICAR,...) 	A définir	
Opérationnel	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Découpage territorial du réseau de franchises en zones ▪ Développer l'encadrement et le monitoring du réseau (chefs de zones) ▪ Développer et mettre en place un système (Tableau de bord) de monitoring du réseau de franchises 	A définir	
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Assurer la vente de 723 000 BTC/ mois ▪ Développement de l'équipe de commerciaux 	A définir	



Annexe



Contexte

- *Le projet consiste à concevoir et développer une application web permettant de standardiser la facturation en ligne des produits SOIB pour les membres du réseau de franchises et garantir l'application des conditions tarifaires convenues.*

➤ *Le cahier des charges relatif au système de facturation de la SOIB comporte 5 sections*

Gestion des utilisateurs
et des droits d'accès

Gestion des prix de
vente et données de
facturation

Gestion de la
facturation

Gestion des avoirs

Reporting et tableau de
bord



Making Things Happen ...

Immeuble El Faouz, Rue Lac Oubeira, les Berges du Lac, 1053
Tunis

Tel: (+216) 36.363.439

Email: contact@zenith.tn

Site Web: www.zenith.tn