

LE BULLETIN

DE LA FRANCHISE & DES RESEAUX COMMERCIAUX

du groupe CHOISIR SA FRANCHISE | MARS 2012 | N°8

Chef d'entreprise, pourquoi pas vous ?

TRYBA, le spécialiste de la fabrication, la commercialisation et la pose de fenêtres, portes et volets roulants

L'enseigne **Tryba** est spécialisée dans la fabrication, la commercialisation et la pose de fenêtres, portes et volets roulants, ainsi que de toute une gamme d'accessoires et de vitrages. Choisir de devenir concessionnaire **Tryba**, c'est choisir de rejoindre un réseau leader sur le marché de la rénovation des fenêtres, portes et volets ; c'est choisir un réseau bénéficiant d'un fort taux de notoriété (près de 3 personnes sur 4 disent connaître l'enseigne **Tryba** !) ; c'est également choisir d'exercer une activité sur un marché toujours porteur en dépit du contexte de crise actuelle ; devenir concessionnaire **Tryba**, c'est, enfin, choisir d'intégrer un réseau dynamique qui accompagne chacun de ses membres, du montage du dossier au suivi régulier durant l'activité.



Devenir concessionnaire Tryba : un choix motivé

Premier réseau français sur son secteur avec plus de 250 espaces conseils, **Tryba** cherche à étendre ou à renforcer sa présence dans certaines zones géographiques peu ou pas encore exploitées.

Devenir concessionnaire d'un espace conseil **Tryba** nécessite de posséder des compétences confirmées dans la vente et le management, et de concevoir sa fonction de cadre dirigeant en gardant un esprit réseau et en étant proche des réalités du terrain. Le rattachement au réseau **Tryba** est très avantageux ; au droit d'utiliser le nom de la marque et de bénéficier d'une exclusivité territoriale (clauses obligatoires des contrats de concession), s'ajoute un accompagnement important sans contrepartie financière : service développement pour le montage du dossier, formations complètes, cellule ouverte pour le lancement de la concession pendant 6 mois, animation de réseau ensuite (visite d'un responsable de la tête de réseau toutes les 3 semaines en moyenne, conventions, commissions, journées d'échange, challenges...).

Le retour sur investissement se fait en moyenne en 18 mois.

Devenir concessionnaire **Tryba**, c'est appuyer son activité sur un succès commercial qui, année après année, ne se dément pas et que le dynamisme du marché est, à lui seul, insuffisant à rendre compte. Explications.

Tryba a fait le choix de la qualité, garantissant des produits exclusifs très performants en termes d'isolation, produits qui remportent les suffrages de beaucoup de particuliers soucieux de réaliser des économies d'énergie.

Tryba développe son réseau avec des exigences de transparence dans la démarche commerciale et de fiabilité des prestations fournies : les consommateurs apprécient la qualité des conseils et la réactivité des équipes intervenant dans les différents espaces conseils et qui concourent à la renommée de **Tryba**.

Tryba mène une politique résolument tournée vers l'innovation : des investissements qui se traduisent par la mise en œuvre de nouveaux procédés ou la création de nouveaux produits permettant à l'enseigne, d'une part, de proposer en permanence les produits les plus performants, et, d'autre part, d'élargir sa gamme de produits.

Quelques exemples. En mai 2011, **Tryba** intègre la domotique à son offre de produits en proposant une ouverture biométrique sur ses portes d'entrée (système d'accès avec lecture d'empreintes). En octobre 2011, **Tryba** propose des fenêtres (en PVC, bois, aluminium) adaptées aux Bâtiments Basse Consommation. En janvier 2012, **Tryba** lance sa première gamme de volets battants aluminium.

Les perspectives de croissance pour 2012 sont favorables, le réseau **Tryba** spécialisé dans la rénovation chez le particulier étant moins concerné par le ralentissement d'activité qui touche principalement le neuf.

Tryba continue de tabler sur la qualité et la diversité de ses produits et services associés, sur sa compétitivité, sur les compétences et le professionnalisme de ses équipes pour satisfaire le fort besoin de rénovation des particuliers désireux d'améliorer le niveau de l'isolation thermique de leur habitat et de faire baisser leur facture énergétique.

*Christian ENART - Service Presse CSF
Journaliste spécialisé | www.choisir-sa-franchise.com*