

«On aimerait vous donner une 2^e chance»

GROUPE **vincent**.COM



Inscrivez-vous à notre infolettre

Courriel:

S'inscrire

- [Accueil](#)
- [Contact](#)
- [Plan du site](#)
- [Abonnement](#)

Rechercher une franchise

Nom :

Catégorie :

Toutes les catég



Mise de fonds :

Peu importe



Rechercher

-
- [Guide des meilleures franchises disponibles](#)
 - [Classé par ordre alphabétique](#)
 - [Classé par catégories](#)
 - [Franchise](#)
 - [Microfranchise](#)
 -
 - [Franchises maîtresses](#)
 -
 - [Archive Nouvelles](#)
 -
 - [Articles](#)
 - [Recherche avancée](#)
 - [Classés par volume](#)
 - [À la une](#)
 - [Alimentation - Santé](#)
 - [Automobile](#)
 - [Conseils](#)
 - [Conseils du banquier](#)
 - [Conseils Juridiques](#)
 - [Finance & Fiscalités](#)
 - [Formation](#)
 - [Fournisseurs](#)

- [Franchise](#)
- [Industrie de la Franchise](#)
- [La Restauration au Québec](#)
- [La série de conférences franchiseurs bâtisseurs](#)
- [Leadership & Motivation](#)
- [Marketing](#)
- [Marque de Commerce](#)
- [Microfranchises](#)
- [Nouveau](#)
- [Profil de franchisés](#)
- [Profil de Franchiseurs](#)
- [Propriété intellectuelle](#)
- [Reportage maison](#)
- [Services Comptables](#)
- [Stratégies marketing et Web](#)
- [Tendances Commerciales](#)
-
- [Liens utiles](#)
- [Tous les liens](#)
- [Les franchises](#)
- [Les affaires](#)
- [Statistiques](#)
- [Légal](#)
- [Autres](#)
-
-

**FAIRE PLUS
AVEC MOINS.**

Microsoft

«On
aimerait
vous
donner
une
2^e chance»

**LES
EXPERTS
DU
CRÉDIT
AUTOMOBILE
ALTERNATIF**

**GROUPE
vincent**
•COM Le portail automobile de la Mauricie

- Partenaires et commanditaires





[Observatoire de la Franchise](#)





UNIBAN CANADA EN PLEINE ASCENSION

Profil de Franchiseurs

Auteur :

N / D

Uniban Canada est un leader dans l'industrie des produits et services du verre et de l'esthétique automobile regroupant plus de 200 centres de services à travers le Canada sous les bannières : VitroPlus, Ziebart, UniglassPlus, Unipro et Ram-Ko. La part de marché d'Uniban Canada a grimpé de façon fulgurante depuis les dernières années.

« Ce n'est pas sans effort que nous sommes arrivés où nous sommes aujourd'hui. À titre de franchiseur, notre principal rôle est d'assurer l'évolution de nos modèles d'affaires afin d'obtenir une croissance et des profits à long terme. Gérer cette évolution nécessite un plan stratégique qui va au-delà des opérations quotidiennes. Malgré une croissance continue au Québec, nous nous devons de répondre à la compétition et aux changements de notre industrie pour accéder à une plus grande part du marché », explique Marc Desmarais, président et chef de direction d'Uniban Canada inc.

UN MODÈLE D'AFFAIRES UNIQUE

Uniban Canada est une entreprise visionnaire dont la prospérité repose sur une vision stratégique à long terme. « Il est important de savoir où l'on s'en va afin de se doter d'outils nécessaires pour y arriver. À l'heure où la globalisation mondiale du marché était sur le point de heurter le marché québécois de la vitre automobile, il était nécessaire de se doter d'un modèle d'affaires qui corresponde à nos besoins et qui nous permette d'évoluer dans une industrie de plus en plus compétitive », précise M. Desmarais.

En 2000, on assistait au mariage de VitroPlus et Ziebart au Québec ce qui donna naissance à la bannière VitroPlus/Ziebart. Cette transaction avait pour but d'amener de la diversification dans le modèle d'affaires et d'assurer la rentabilité des magasins. Suite au succès de cette alliance, Uniban Canada fait l'acquisition en 2007 de la franchise maîtresse et des actifs de ZiebartCanada étendant ainsi son modèle d'affaires unique à la grandeur

du pays sous la marque de commerce UniglassPlus/Ziebart (à l'extérieur du Québec).

« Suite au mariage vitre-esthétique, nos réseaux ont atteint une synergie découlant de la complémentarité de leurs forces au niveau des produits, de leur situation géographique, de leurs opérations, de leur plate-forme technologique, du personnel de formation et de marketing. Le tout a permis une pénétration nationale, laquelle a créé de nouvelles opportunités d'affaires pour l'acquisition de comptes nationaux tant pour les réseaux de vitre que pour ceux de l'esthétique. Ces opportunités n'auraient pu être atteintes sans les fusions et les acquisitions des dernières années », explique Marc Desmarais.

Afin de soutenir les activités du regroupement, Uniban Canada est soutenu par un des plus importants distributeurs au Canada, PH Vitres d'Autos, qui offre 18 entrepôts à travers le pays, ainsi qu'un service de 217 unités mobiles.

AXÉ SUR LE CLIENT

Uniban Canada inc., en plus d'être un précurseur du modèle de co-franchisage dans le domaine automobile, est fier d'être partenaire du programme de récompense AIR MILESMD le plus important programme de fidélisation au Canada qui compte comme membres plus de 2/3 de la population. Ce programme de fidélisation vise à offrir à sa clientèle une meilleure valeur propositionnelle et ainsi se démarquer de la concurrence. Les campagnes de publicité de masse combinées au programme de récompense AIR MILESMD ont contribué à augmenter la notoriété du réseau et à acquérir une image de marque forte auprès du consommateur.

UNE VALEUR PROPOSITIONNELLE DIVERSIFIÉE

Uniban Canada a développé un modèle d'affaires vertical qui lui permet d'être actif dans tous les secteurs et qui lui assure un meilleur contrôle de la mise en marché. Sa relation d'affaires avec PH Vitre d'Autos, l'acquisition de la franchise maîtresse Ziebart Canada, son centre de gestion des réclamations en ligne à l'assurance, et la création d'un centre d'appels sont de beaux exemples d'intégration.

« Notre plan stratégique inclut le modèle d'affaires en franchisage, l'expansion des ateliers et la diversification des modèles financiers. Malgré que chaque élément ait une exécution propre à lui et une stratégie indépendante, mis ensemble, ils constituent la pierre angulaire d'un environnement en plein développement contrairement à une entreprise qui grandit grâce à une méthode de revenus uniques tel le modèle de cotisations. Ce type de compagnies ne peut survivre dans le marché d'aujourd'hui étant donné que la majorité de leur entrée d'argent est dédiée à payer les frais d'exploitation et ne prévoit que très peu d'argent pour l'investissement de nouvelles initiatives d'affaire » précise M. Desmarais.

Avec son modèle d'affaires unique, Uniban Canada est l'un des rares franchiseurs qui réinvestit 100 % des revenus de cotisations dans le réseau en initiatives tangibles et mesurables.

Le réseau d'Uniban Canada fort de ses 30 années d'expérience et avec plus de 200 franchisés à travers le Canada, le tout allié d'une nouvelle synergie et de beaucoup de détermination, a tous les ingrédients nécessaires pour continuer sa lancée grâce à des développements stratégiques et pour perpétuer un héritage de produits et services de qualité.

Copyright © 1999 - 2010 - Québec Franchise - Tous droits réservés - All rights reserved