



Réussir le développement de sa Franchise !

Ou savoir répondre aux 5 principales attentes des candidats à la Franchise

Nos différentes expériences, nous permettent de constater que les franchiseurs sont extrêmement réceptifs à tous les arguments des sociétés de services, qui pourraient faciliter le « développement de leur enseigne », car naturellement, pour qui souhaite développer son concept en franchise, la « question » la plus légitime et obsédante reste toujours *“Vais-je trouver des candidats franchisés pour développer mon enseigne ?”*

Cette « peur » est bien légitime, mais il s'agit seulement de l'arbre qui cache la forêt, car nos nombreuses expériences démontrent le plus souvent, que les candidats ne manquent pas. Aussi, ces expériences corroborent avec le fait que 41% des Français qui aimeraient créer une entreprise, aimeraient entreprendre en Franchise (sources CSA 2014). En effet, ce qu'il faut surtout résoudre, c'est la capacité à savoir attirer et convaincre les meilleurs candidats. En effet, le plus à craindre est d'ignorer les mécanismes économiques et opérationnels d'un développement efficace qui permet, non seulement d'attirer, de sélectionner et de convaincre les meilleurs candidats, mais également de réussir leur lancement, **afin qu'ils deviennent les ambassadeurs de l'enseigne et pas ses détracteurs.**

A ce titre, la première erreur souvent lourde de conséquence qu'un Franchiseur ne doit pas commettre, est de minimiser l'investissement nécessaire à la réussite de son franchisé et le calcul de ses redevances. Ces dernières sont essentielles au financement de son accompagnement prospère et à l'autofinancement du développement du réseau, qui bâtira la notoriété de l'enseigne qu'il est venu légitimement chercher et qui permettra aux deux parties de gagner plus ensemble que séparément, **seul et unique gage de pérennité d'un réseau.** Ces éléments fondamentaux des Franchises performantes, ont motivé 4 de nos citations que nous vous invitons à considérer très sérieusement :

*“La multiplication des candidats n'a jamais augmenté, ni leur taux de transformation, ni la capacité à recruter les meilleurs”
« Ce ne sont pas les franchises les moins chères les plus faciles à vendre, mais celles qui savent justifier les coûts de leurs
attractivités »*

“Si les meilleurs franchisés attirent les meilleurs candidats, l'inverse est tout aussi vrai !”

“Si le développement bâtit le réseau, l'animation de la réussite des franchisés, l'accélère ou le détruit !”

Pour réussir le développement de sa franchise, il est donc nécessaire de parfaitement préparer, maîtriser et réussir les 5 phases d'un processus de sélection réciproque efficace, à savoir, la recherche, la sélection, la négociation, la formation et lancement du franchisé, mais avant tout, il faut bénéficier d'un concept et d'un système de franchise attractif. Notons que ce deuxième atout pourtant fondamental à la réussite du développement est souvent carencé, et négligé en conséquence. Le système de sélection doit avoir deux finalités claires :

1. Eliminer les moins bons pour mieux pouvoir se consacrer aux meilleurs,
2. Eviter les erreurs juridiques, sources de contentieux lourds et coûteux dans les années qui suivent le lancement d'un franchisé mal sélectionné ou mal intentionné. Ces deux finalités sont justifiées par le triple souci avouable :
 1. de ne pas entraîner un candidat mal sélectionné à un échec probable, dans une aventure où il aura investi ses économies en pure perte,
 2. de ne pas ralentir voir même détruire le développement par la résonnance négatives d'échecs,
 3. de se protéger à priori des contentieux dérivés de procédures imparfaites et s'assurer de procédures précontentieuses efficaces.

Bien entendu, le candidat doit répondre à un certain nombre de critères, tels que et à minima :

- Sa capacité financière v/v des exigences économiques du concept à reproduire,
- Sa situation géographique v/v des critères de localisation du concept,
- Son aptitude et son empathie v/v du métier du concept,
- Son aptitude et son empathie v/v des spécificités du concept et de son positionnement,
- Son aptitude et son empathie v/v du développement en réseau et du projet d'enseigne.



.../...

Identifier les profils types qui réussissent et savoir répondre à leurs principales attentes (Selon les sources CSA 2014 de l'enquête sur la franchise)

L'âge d'ouverture moyen d'une franchise est d'environ 35 ans et un franchisé sur deux a entre 35 et 49 ans. 76% d'entre eux restent dans leur département ou région de résidence. La presse professionnelle et l'internet restent leurs principales sources d'informations et dans presque 80% des cas, le principal critère recherché est la rentabilité et l'expert-comptable, de fait, est le plus sollicité.

Les attentes de ces "bons candidats à la franchise" sont très bien identifiées, cohérentes et légitimes, il est donc essentiel de savoir y répondre de manière efficace. Pour cela, nous avons identifié :

⇒ les 5 atouts que doit maîtriser le franchiseur,

Nécessaires pour répondre,

⇒ aux 5 principaux avantages recherchés par les candidats.

| Les 5 Principaux avantages perçus par les Candidats | Les atouts nécessaires du Franchiseur pour y répondre |
|--|--|
| <p>1 - Bénéficier d'accompagnement et de moyens</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Savoir identifier les raisons de la réussite de son concept, tant au lancement qu'en période de croissance dans ses 12 composantes et savoir les transmettre efficacement, - Savoir calculer ses redevances dans le respect de l'équilibre des modèles économiques du Franchiseur et du Franchisé, - Savoir justifier ses redevances et faire la démonstration de leur bonne utilisation (bien savoir les vendre), - Savoir gérer la nécessaire transparence à un partenariat dynamique et interdépendant d'une ambition commune, - Savoir démontrer les moyens évolutifs d'une organisation Franchiseur, capable d'inscrire les franchisés dans une réussite pérenne. |
| <p>2 - Limiter les risques financiers</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Bénéficier d'une unité d'exploitation pilote reproductible, - Savoir capitaliser sur les expériences réussies et pas sur les nouvelles idées dont les expériences doivent être portées par l'unité pilote, - Savoir identifier, valoriser et exploiter les spécificités concurrentielles expérimentées de son unité pilote, - Maîtriser les critères de reproductibilité de son unité d'exploitation pilote dans ses 12 composantes, - Bénéficier d'une formation lancement et d'un accompagnement, efficaces et pas sous-estimés, - Bénéficier d'un modèle économique réalisable et notamment d'un BFR bien évalué. |

.../...



| Les 5 Principaux avantages perçus par les Candidats | Les atouts nécessaires du Franchiseur pour y répondre |
|--|---|
| <p>3 - Bénéficiaire de la notoriété d'une marque connue</p> | <p>Pour les enseignes déjà notoires :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ne jamais oublier qu'un concept attractif aujourd'hui ne préjuge pas de son attractivité future, - Ne jamais oublier qu'un réseau satisfait aujourd'hui ne préjuge pas de sa satisfaction future, - Savoir en conséquence, que seule la continuité de la maîtrise particulière des "6 métiers du Franchiseur" permet de développer ou de maintenir ces deux facteurs de réussite. (Le Développement, l'Animation, la Logistique, le Marketing/Communication, l'Unité Centrale de Gestion, le Management général et stratégique des 5 métiers et du concept). <p>Pour toutes les enseignes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bénéficiaire d'un plan précis du projet d'enseigne descriptif, ambitieux et mobilisateur, - Savoir démontrer sa capacité à prendre ou maintenir le leadership de son enseigne sur son marché par le bon positionnement de son concept et par la maîtrise des particularités "6 métiers de franchiseur", - Savoir motiver la remontée des innovations du réseau, - Savoir manager les décisions de leur politique d'intégration, justifier leur refus ou au contraire savoir les transmettre efficacement, - Savoir distinguer et gérer les recettes distinctes des 5 pôles communication/marketing de sa Franchise. |
| <p>4 - Garantir une meilleure rentabilité</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Savoir démontrer l'attractivité commerciale et financière de son unité pilote v/v des entreprises autonomes du marché concerné, - Bénéficiaire d'une unité pilote ayant suffisamment de recul dans ses résultats, - Avoir défini un plan de développement constitué de zones étudiées et bénéficiant d'un potentiel similaire à la zone de l'unité d'exploitation pilote, - Bénéficiaire d'un service Animation formé et équipé des outils de stimulations du CA du Franchisé et de contrôle du respect des éléments de la réussite du concept. |
| <p>5 - Facilité l'installation et donc la reconversion</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Avoir modélisé les "raisons de la réussite" dans les 12 composantes de son concept, - <u>Bénéficiaire de procédures claires pour les 12 composantes du concept à reproduire</u> (Positionnement du concept, zonification, localisation, protection brevet- marque enseigne, signalétique, typologie du point de vente, mix service clients, mix produits clients, marketing communication, méthode de vente, merchandising/netchandising, méthode de gestion), - Savoir rédiger et utiliser le manuel opératoire du concept et les manuels de formation initiale, - Maîtriser les mécanismes les plus efficaces de la transmission d'un savoir-faire, dit "Socratique". |