Le secret des Franchises performantes !

Ou *Les vertus exceptionnelles d'une modélisation réussie !*

A l'instar de nombreux domaines, le secret d'une construction pérenne réside souvent dans la qualité de ses fondations. En Franchise, nous parlons de modélisation de l'unité d'exploitation pilote, car de cette modélisation doit naître le concept à reproduire et à transmettre, pour bâtir le réseau. En effet, la modélisation consiste avant tout, à conceptualiser dans ses 12 catégories, l'unité d'exploitation pilote qui a prouvé son attractivité. Autrement dit, sans modélisation pas de réel concept !

La 1ère catégorie conceptuelle est le positionnement du concept, là où l'attractivité commerciale, financière et marketing a démontré sa supériorité. Cette première analyse stratégique complexe à réussir est essentielle, car elle conditionne l'objectivité des 11 autres, telles que :

2. La zonification (l'étude des zones de chalandises présentant un potentiel similaire)
3. La localisation (l'étude de la localisation idéale des points de ventes ou des lieux d'exercices de l'activité)
4. La signalétique,
5. les méthodes de vente,
6. Le mix service proposé à la clientèle,
7. Le mix produit proposé à la clientèle,
8. etc.

Nous réalisons tous, le fossé qui existe entre réussir soit même et réussir la transmission de son savoir-faire. Voilà pourquoi, sans modélisation, on ne saurait reproduire et transmettre efficacement un concept, **car on ne saurait atteindre l'excellence sur les points qui suivent** :

1. bien définir le plan de développement dans l'analyse précise des zones de chalandise à développer et dans la hiérarchie de leur exploitation, de leur animation et de leur stratégie marketing,

   "Il n'est pas de vent favorable pour celui qui ne sait pas où il va". Sénèque

2. bien définir le profil de candidat recherché et lui adapter les procédures efficaces de recherche, de sélection, de négociation, de formation et de lancement de sa Franchise,

3. Identifier et développer de façon précise, toutes les spécificités marketing du concept par rapport à la concurrence et dans chacune de ses catégories conceptuelles pour les utiliser efficacement vis-à-vis de la clientèle et vis-à-vis des candidats à l'acquisition de la Franchise.

4. Identifier de façon précise, les raisons de la réussite du concept en phase de lancement et en phase de croissance dans chacune de ses catégories conceptuelles pour les transmettre avec succès aux franchisés, grâce au choix pertinent des apports initiaux et permanents considérés indispensables à leur réussite.

5. Préparer une animation possible et efficace des franchisés grâce à l'identification et l'utilisation contractuelle des 3 leviers du management d'un réseau :
   a. Les leviers de succès indispensables à la réussite en période de lancement de l'entreprise Franchisée,
   b. les leviers de développement, indispensables à la croissance pérenne du CA de l'entreprise Franchisée,
   c. et enfin les leviers de contrôle qui sont les leviers coercitifs, utiles en dernier recours pour faire respecter le savoir-faire lié au concept, dont on se sert également pour éviter les "conflits juridiques", souvent destructeurs de réseau,

6. bien calculer les paramètres financiers des parties pour qu'à la fois :
   a. Ils soient parfaitement justifiés, donc indiscutables, faciles à vendre et à encaisser,
   b. Ils permettent de financer les apports initiaux et permanents obligatoires, considérés indispensables à la réussite des Franchisés,
   c. Ils respectent des règles d'équilibre financier indispensables à un partenariat actif entre les parties et pour préserver l'attractivité du modèle Franchisé et du modèle Franchiseur,
   d. Ils soient en phase avec les méthodes de calcul équilibrées, utilisées par les plus grandes enseignes mondiales et qui ont fait la preuve de leur pérennité.

7. Réaliser ou améliorer, en conséquence de ces paramètres opérationnels :
   a. La documentation commerciale et tout outil marketing à destination des clients,
   b. La présentation et la documentation commerciale et tout outil marketing à destination des candidats à l'acquisition de la Franchise,
   c. Les 11 éléments de la "documentation juridique et commerciale" du développement,
   d. Le manuel opérationnel du savoir-faire lié au concept à destination des Franchisés,

8. Réaliser les manuels d'organisation du franchiseur pour pouvoir accélérer le développement, tout en maintenant la qualité d'assistance nécessaire au réseau et augmenter de façon substantielle la valorisation de la Franchise, à savoir :
   a. Les 5 manuels d'organisation liés aux savoir-faire du métier de Franchiseur (Développement, Animation, Logistique, Marketing/Communication, Gestion).

Contact
thierry.borde@lecoledelafranchise.com

Tous droits réservés à Groupe Franchise Gagnante – L'Ecole Supérieure de la Franchise - Copyright 2014