

Le recrutement de vos futurs franchisés

La sélection des franchisés lors du recrutement est un des principes directeurs du Code de déontologie européen de la franchise

(article 4 : *“Le franchiseur sélectionne et n’accepte que les franchisés qui, d’après une enquête raisonnable, auraient les compétences requises [formation, qualités personnelles, capacités financières] pour l’exploitation de l’entreprise franchisée”*).

La sélection des candidats est considérée comme l’un des facteurs clefs de succès dans le développement du réseau de franchise, il faudra alors définir et modéliser les points suivants :

- un pro fil de franchisé ;
- une politique et des méthodes de recrutement (Franchise Expo Paris, presse spécialisée, portails tels que www.observatoiredelafranchise.fr).

Le financement des projets

Non seulement vous devrez négocier auprès des banquiers pour vos propres besoins de financement, mais vous devrez également mettre en place un dossier de financement « type » afin de faciliter les demandes d’emprunt des futurs candidats.

Animation et suivi du réseau

Il est nécessaire d’établir les méthodes d’animation et de suivi du réseau. Intégrez les points suivants :

- constitution de l’équipe d’animateurs (quelles sont les qualités requises pour ces postes ?) ;
- établissement des tableaux de recueil d’informations auprès du réseau afin d’en assurer le traitement ;
- réflexion sur la mise en place de commissions de travail, de cercles d’échanges, de structures de dialogue (commissions, conventions, réunions régionales, etc.)

Le lancement du réseau

Le lancement du réseau, c’est-à-dire le début du recrutement des candidats, peut maintenant débuter.

Devenir franchiseur



fédération française de la franchise

9, rue Alfred de Vigny • 75008 Paris
Tél. 01 53 75 22 25 • Fax : 01 53 75 22 20

www.franchise-fff.com

Recrutement en ligne : www.observatoiredelafranchise.fr

mail : info@franchise-fff.com



fédération française de la franchise

La franchise est-elle une stratégie de développement adaptée à votre projet ?

Si vous vous posez cette question, sachez que la franchise est une affaire de professionnels qui ne laisse pas de place à l'amateurisme.

C'est pourquoi nous vous proposons de prendre connaissance des étapes à suivre (non exhaustives) que nous avons élaborées dans le but de lancer votre réseau.

A savoir !

La Fédération française de la franchise vous propose une formation d'une journée pour vous familiariser avec le métier de franchiseur.

N'hésitez pas à nous contacter !

Tél : 01 53 75 22 25

Mail : info@franchise-fff.com

Présenter votre concept

Formaliser le concept sous la forme d'une plaquette, qui présentera le réseau au futur candidat franchisé avec :

- l'historique ;
- la finalité : créer une synergie via la franchise,
- les produits/les services ;
- les arguments/la charte du réseau ;
- les engagements ;
- les moyens.

Cet exercice vous fera gagner du temps lorsqu'il faudra formaliser le concept sous forme de manuel opératoire.

L'étude préalable

Effectuer une étude de faisabilité du projet en tenant compte :

- de son attractivité sur le marché ;
- de la concurrence dans le secteur ;
- de vos capacités structurelles et financières;
- de vos objectifs commerciaux.

La rentabilité du concept

L'élaboration d'un certain nombre d'outils sera nécessaire afin de mesurer la rentabilité de votre concept en fonction de votre situation.

1. Si vous n'avez pas encore d'unité pilote : le business plan de l'unité pilote, qui permettra de confirmer ou d'infirmer la faisabilité du projet (rentabilité du franchisé et rentabilité du franchiseur).
2. Si vous avez déjà une ou plusieurs unités pilotes.

Le business plan de la société « tête de réseau »

Vous devrez élaborer un plan de développement qui reprend les éléments suivants :

- objectifs d'ouverture ;
- évaluation des coûts liés aux ouvertures des points de vente franchisés ;
- évaluation des besoins liés au développement (ce qui permettra notamment de déterminer le montant de votre droit d'entrée) ;
- évaluation des besoins en animation de votre futur réseau (fréquence à laquelle vous suivrez votre réseau) afin de déterminer le montant des redevances proportionnelles que vous demanderez à vos futurs franchisés.

Le montage juridique

En fonction du concept que vous souhaitez développer, il faudra choisir la forme juridique adéquate.

Prenez les conseils d'un avocat spécialisé en franchise (la FFF met à votre disposition une liste d'experts, membres de son collège d'experts) qui vous orientera vers la forme juridique la plus adaptée (franchise, concession, licence, etc.).

Test du concept

Le concept que vous souhaitez développer en réseau sous forme de franchise devra être testé au préalable, d'où la nécessité de mettre en place une ou plusieurs unités pilotes servant à expérimenter le concept dans sa globalité. Le but de l'opération étant de parvenir à modéliser le concept, notamment sous les angles suivants :

- La politique d'implantation ;
- Les signes de ralliement de la clientèle (agencements, couleurs, enseigne, etc.);
- La politique de communication ;
- La politique commerciale, etc.

Normalisation du savoir-faire

Vous devrez élaborer votre manuel opératoire (« bible ») dans laquelle devront être recensés tous les éléments du savoir-faire.

Lorsqu'un manuel opératoire est bien réalisé, un franchisé devrait y trouver toutes les réponses à ses questions. N'oubliez pas de réfléchir aux méthodes de réactualisation du manuel opératoire.

Le manuel opératoire pourra être remis en fin de formation initiale, ce qui apporte un support de qualité post-formation aux candidats.

Élaboration d'un plan de formation

La formation est considérée comme un des éléments clefs de la franchise. Elle doit permettre aux franchisés d'avoir accès à une maîtrise professionnelle supérieure à celle du commerçant indépendant isolé.

Elle peut comprendre aussi bien des éléments théoriques (culture d'entreprise, politique commerciale) que pratiques (argumentaires de vente, gestion des stocks, etc.).