

Le rôle des franchisés ambassadeurs dans la gestion des signaux : la double perspective candidats à la franchise et développeurs/franchiseurs

MÉTHODOLOGIE

Réalisée en plusieurs étapes :



Une étude qualitative

Basée sur des entretiens semi-directifs avec :

- 27 franchiseurs/développeurs réseau de différents secteurs d'activités
- 32 "jeunes franchisés" de différents secteurs d'activités
- 33 "candidats à la franchise"



Projet 2021/2022 coordonné par Dr. Rozenn Perrigot



Master Marketing et Vente - Franchise & Commerce en Réseau
IGR-IAE Rennes - Université de Rennes 1

ZOOM SUR LES CRITÈRES DE SÉLECTION DES FRANCHISÉS AMBASSADEURS

Niveau de performance

Le franchisé choisi est systématiquement **performant**, il réalise un chiffre d'affaires compétitif tout en restant **conforme à la réalité**.

15 Ancienneté

Le choix du franchisé ambassadeur peut se porter sur un **jeune franchisé** afin de mettre en lumière une franchise récente au sein du réseau. A contrario, il peut être un **franchisé très ancien**, amoureux du concept qui lui, apportera une dimension plus humaine avec une forte culture réseau.

Degré d'implication dans la vie du réseau

Les franchisés **les plus participatifs** au développement et à l'innovation du réseau sont sélectionnés pour prendre une **posture de mentor** face aux candidats, dans l'objectif de les influencer positivement.

Localisation

La mise en relation entre candidat et franchisé est le plus souvent réalisée avec le franchisé **le plus proche** du secteur d'implantation du candidat pour une meilleure visualisation de l'application du concept sur le secteur.

Respect du concept

Le franchisé sélectionné applique le manuel opératoire, sa gestion est conforme aux préconisations, il est donc **l'exemple parfait** pour représenter la marque.

Personnalité

La personnalité du franchisé est un critère important. L'objectif pour le franchisé est de présenter au candidat un franchisé ayant **les mêmes caractéristiques** (âge, zone d'implantation, parcours) que lui, cela favorise l'échange et **rassure** le porteur de projet.

FAIRE APPEL AUX FRANCHISÉS AMBASSADEURS : QUELS OBJECTIFS ?

INTÉRÊTS FRANCHISEUR

- Faire prendre conscience au candidat de la **réalité du terrain**
- Avoir un **avis extérieur**, celui du franchisé ambassadeur
- Montrer une **preuve de sincérité** au candidat
- Instaurer une **relation de confiance** entre le franchiseur et les franchisés
- Mettre en valeur le **franchisé ambassadeur** en l'intégrant dans le **processus de recrutement**
- Rassurer** le candidat

“ On ne signe jamais un contrat de franchise avec un candidat qui n'est pas allé voir des franchisés parce qu'on considère que ce n'est pas sérieux. ”



INTÉRÊTS CANDIDAT

- Avoir un **avis sur le franchiseur** et le **réseau**
- Vérifier la **véracité des propos** du franchiseur
- Avoir **plus d'informations** sur la franchise : le CA, le fonctionnement du réseau, la rentabilité, etc...
- Avoir un **retour d'expérience**
- Avoir des **conseils** sur :
 - L'**ouverture** de sa franchise
 - La **conciliation** de sa vie de famille et de sa vie de franchisé

“ Après, il y a un moment où il faut justement vérifier les signaux envoyés par le franchiseur, si ce sont les bons et donc là, c'est au franchisé candidat d'aller vérifier sur le terrain avec des franchisés la véracité de ce que l'on peut espérer. ”

QUELS SIGNAUX SONT ENVOYÉS PAR LES FRANCHISÉS AMBASSADEURS, PAR QUELS MOYENS ET POUR QUELLES INTERPRÉTATIONS ?

POSITIFS

- Informations **financières**
- Informations sur le **quotidien** d'un franchisé
- Informations sur le **réseau** : l'ambiance, l'entraide
- Informations sur le **franchiseur** : l'accompagnement
- Points de vigilance** : toutes les informations utiles au candidat avant de se lancer en franchise

SIGNAUX ENVOYÉS

- Difficultés** rencontrées
- Chiffres peu compétitifs : **peu de rentabilité**
- Informations sur le **réseau** : le manque d'entraide
- Informations sur le **franchiseur** : le manque d'accompagnement

NÉGATIFS

MOYENS

- Visites** dans les points de vente
- Appels** téléphoniques /Vidéoconférences
- Réseaux sociaux**
- Salon** de la franchise et/ou de l'entrepreneuriat

INTERPRÉTATIONS

Les informations transmises par les franchisés ambassadeurs peuvent :

- être interprétées **positivement** (confiance envers le franchiseur)
- être interprétées **négativement** (méfiance envers le franchiseur)

COMMENT LE CANDIDAT CONTRÔLE-T-IL LES SIGNAUX DES FRANCHISÉS AMBASSADEURS ?

PEU OU PAS DE CONTRÔLE DE LA PART DES CANDIDATS

Les candidats **contrôlent généralement peu ou pas les signaux envoyés** par les franchisés ambassadeurs contrairement à ceux envoyés par les franchiseurs.

POURQUOI ?

PARCE QU'IL Y A :

⊖ Un **rapport d'égalité** entre les candidats et les franchisés

✗ Pas de **démarche de séduction** apparente de la part des franchisés

♥ Une **confiance plus importante vis-à-vis du franchisé** que du franchiseur

CONTRÔLE DES SIGNAUX ENVOYÉS PAR LES FRANCHISÉS AMBASSADEURS

Le franchiseur fait confiance à son réseau :

Il ne souhaite pas adopter un discours type. L'objectif est que le franchisé **reste naturel** pour parler de manière **objective** de son expérience. Le franchiseur souhaite réellement garder cette **transparence**, en communiquant sur la **véracité** des faits. Il considère que c'est une perte de temps et qu'il n'est pas nécessaire pour l'animateur de communiquer au franchisé un discours type.

Mais garde un œil sur les signaux envoyés :

La tête de réseau ne contrôle jamais à 100%, mais peut agir de sorte à influencer le candidat en :

- incitant** à contacter tel ou tel franchisé
- prévenant en amont** d'un appel du candidat vers le franchisé et des caractéristiques de celui-ci
- contrôlant le discours** des franchisés en les conseillant sur le comportement à adopter face à un candidat
- organisant la **rencontre dans un cadre idéal**, notamment au sein d'un point de vente récent
- accompagnant** le franchisé au rendez-vous convenu avec le candidat

“ Non là-dessus on est très transparent. On donne juste les coordonnées, on dit qu'il va pouvoir être appelé très prochainement par telle ou telle personne en présentant le profil. Mais derrière on indique pas du tout un discours type à tenir, l'objectif c'est qu'il soit le plus naturel possible et qu'il parle de son expérience. ”

L'IMPACT DE LA RENCONTRE ENTRE UN CANDIDAT ET UN FRANCHISÉ AMBASSADEUR SUR LA DÉCISION FINALE DE L'ADHÉSION AU RESEAU

INFLUENCE SUR LA DÉCISION

- Conforte** le Franchiseur sur l'**avis** qu'il s'est fait du candidat
- Permet d'avoir un **avis externe** sur un candidat
- Vérifie le **savoir-être** et les **compétences** pour exercer le métier

IMPACT FRANCHISEUR

- Permet uniquement de **satisfaire** un **besoin du candidat**

“ C'est surtout pour lui, pour qu'il se rende compte de comment tout ça fonctionne. ”

NON INFLUENCE SUR LA DÉCISION

ADHÉSION AU RESEAU

- Conforte le candidat** sur le franchiseur et son **accompagnement**
- Rassure** le candidat sur l'**entente** entre franchiseur et franchisés
- Accélère l'ouverture** grâce aux **conseils pratiques** du franchisé

“ Ma décision finale, elle a été prise à la fin, après avoir rencontré les deux franchisés ”

IMPACT CANDIDAT

- Permet de se rendre compte des **difficultés du terrain**
- Souligne les **exigences** en termes de **compétences**
- Fait prendre conscience du **temps** qu'implique la **gestion** de l'établissement

“ Quand ils m'ont dit la difficulté du métier, [...] ça ne m'a pas du tout donné envie d'intégrer ce genre de réseau. ”

ABANDON DU PROJET

AVANTAGES DE FAIRE APPEL À DES FRANCHISÉS AMBASSADEURS

... pour le Franchiseur

- Informé le candidat des **réalités du terrain**
- Rassurer** le candidat et **accélérer la signature** du contrat de franchise
- Avoir l'**avis du franchisé ambassadeur** sur le candidat

INCONVÉNIENTS DE FAIRE APPEL À DES FRANCHISÉS AMBASSADEURS

... pour le candidat

- Se méfier de la véracité** des propos des franchisés qui ont pu être soigneusement **sélectionnés** par le franchiseur
- Transmettre inconsciemment des **signaux négatifs** aux franchisés qui seront rapportés au franchiseur

... pour le Franchiseur

- Transmettre des **signaux négatifs** aux candidats au travers du discours des franchisés ambassadeurs
- Sur-solliciter les franchisés** ambassadeurs qui prennent de leur temps pour échanger avec les candidats

“ Le franchiseur peut nous raconter des histoires. Les franchisés, [...] vous racontent leur histoire. ”

“ On a perdu des candidats à la franchise par des franchisés qui, je pense, inconsciemment et involontairement, ont diffusé des informations qui n'étaient pas bonnes. ”