

# IMPORTANCE DES SIGNAUX DANS LA FORMATION DE LA RELATION DE FRANCHISE : LA DOUBLE PERSPECTIVE CANDIDATS À LA FRANCHISE ET DÉVELOPPEURS/FRANCHISEURS

Méthodologie : Etude qualitative réalisée à partir de 92 entretiens semi-directifs  
 32 "jeunes franchisés" de différents secteurs d'activités

27 franchiseurs/développeurs réseau de différents secteurs d'activités  
 33 candidats à la franchise

Revue de presse > Guide d'entretien > Entretiens > Retranscriptions et Analyses > Bilan

## FRANCHISEURS

### Objectifs de la recherche de signaux

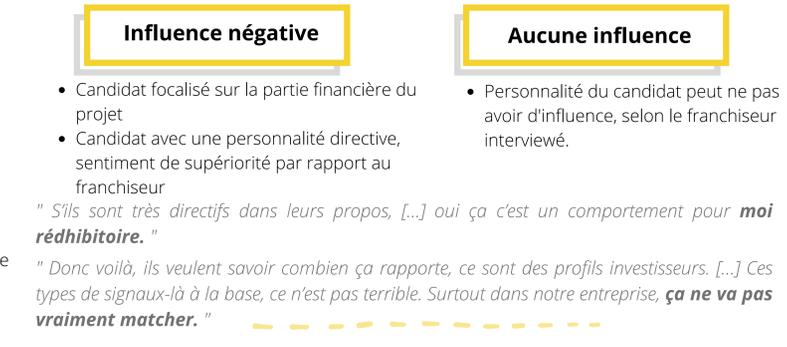
Les développeurs interprètent les signaux des candidats dans l'objectif d'évaluer la **qualité de leur profil** et de **leur projet**. C'est ce qui va déterminer leur validation ou non.



" C'est indispensable qu'il soit un **minimum commerçant**."  
 " Le bon candidat pour nous c'est quelqu'un qui déjà va arriver avec **des pistes d'emplacement**, ça c'est déjà une preuve de motivation. "

### INTERPRÉTATION DES SIGNAUX NÉGATIFS

Des signaux négatifs peuvent être envoyés de la part des candidats. Cependant, leurs **interprétations différent** selon les développeurs interrogés. Selon certains, la personnalité du candidat joue un rôle important dans leurs validations, alors que pour d'autres développeurs cela ne va pas compter, car "*chacun a sa personnalité*".



" S'ils sont très directifs dans leurs propos, [...] oui ça c'est un comportement pour moi **réthibitoire**."  
 " Donc voilà, ils veulent savoir combien ça rapporte, ce sont des profils investisseurs. [...] Ces types de signaux-là à la base, ce n'est pas terrible. Surtout dans notre entreprise, **ça ne va pas vraiment matcher**. "

### Typologie des signaux envoyés

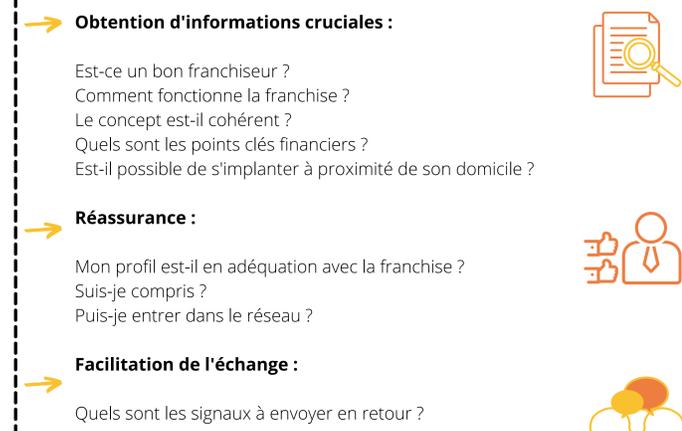


### Modes de transmissions des signaux



## CANDIDATS À LA FRANCHISE

### Objectifs de la recherche de signaux



### Typologie des signaux envoyés



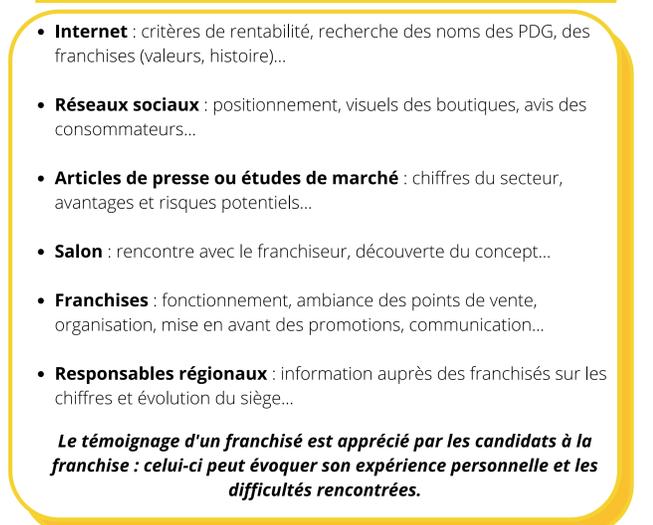
### INFLUENCE DES SIGNAUX NÉGATIFS

En outre, des signaux négatifs sont envoyés du franchiseur au candidat à la franchise. Selon les informations transmises, ces signaux impacteront d'une manière ou d'une autre la réflexion des porteurs de projet et ainsi leurs choix de rejoindre le réseau.

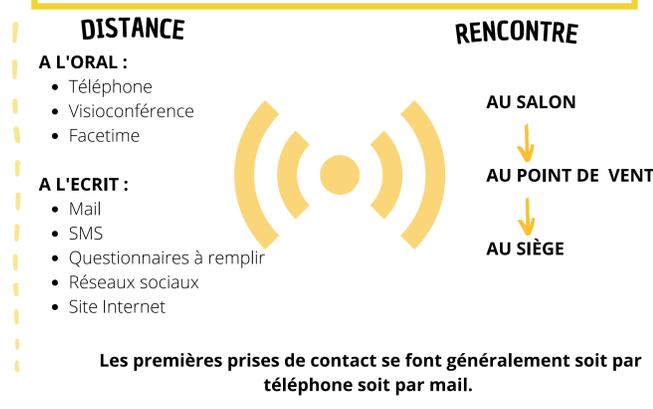
### RECOMMANDATIONS

→ **Franchiseur** : Les franchiseurs peuvent multiplier les échanges avec les candidats et organiser des périodes d'immersion au sein du réseau.

### Obtention des signaux



### Modes de transmissions des signaux



### Influence négative

• Manque de fluidité dans la transmission d'informations  
 • Présentation visuelle de l'enseigne : site internet, stand au Salon de la Franchise  
 • Interrogation sur la durabilité du soutien suivant l'expansion de l'enseigne  
 • Disponibilité et écoute

### Absence d'influence

• Maîtrise par le franchiseur de l'image de son enseigne : être transparent et évoquer des aspects négatifs comme la fermeture de points de vente permet ainsi d'instaurer un climat de confiance entre les deux parties.

### RECOMMANDATIONS

→ **Candidat** : Les candidats doivent se montrer souriants, intéressés, connaître leur ville où ils souhaitent s'implanter, doivent montrer leur côté commerçant.

• Réactions des candidats suite à l'évocation de la **réalité sur le terrain et des contraintes** qui y sont liées.  
 • Communications spontanées des résultats des entreprises précédentes des candidats.

" Ce n'est pas forcément des informations demandées. Par exemple les bilans de leurs anciennes entreprises pour montrer qu'ils avaient de belles affaires voilà ".

• **Multiplication des échanges** entre les développeurs et les candidats à la franchise : mails, appels, rencontres...

" On les rencontre, une fois, deux fois, trois fois, on va déjeuner avec eux. On va les rencontrer, on les fait venir à [Ville] dans le réseau. Par exemple, on va discuter avec eux. Et puis ça se fait presque naturellement. Celui qui n'est pas complètement motivé à mon avis il va lâcher prise ".

• **Organisation de journées d'immersion** par certaines enseignes où les développeurs bénéficieront des retours de leurs équipes sur les candidats mais aussi des candidats eux-mêmes.

" On demande à nos franchisés existants avec qui le nouveau candidat a fait la journée découverte un retour écrit. Ce qui permet d'avoir un retour d'informations. On synthétise toutes ces informations, et ça nous permet assez facilement de pouvoir faire une synthèse et de pouvoir faire un avis sur le candidat ".