



La place du franchisé dans son point de vente



()

Une des caractéristiques majeures du développement en franchise est que ce développement s'appuie sur des **candidats à la franchise qui, souvent, ne sont pas issus de l'univers métier proposé par le franchiseur.**

En effet si, en règle générale, l'expansion des réseaux est réalisée à hauteur d'un tiers par les franchisés du réseau qui ouvrent un nouveau point de vente, les deux tiers de ce développement sont le fait de nouveaux entrants hors métier.

La plupart des franchiseurs assurent aujourd'hui une sélection puis une formation/intégration de qualité pour les nouveaux franchisés.

Ne devient pas franchisé qui veut et le franchiseur est en devoir de sélectionner les impétrants sur leurs qualités et compétences. S'assurant ainsi et assurant de la même manière aux futurs franchisés les meilleures chances de succès.

Ainsi les formations initiales et continues (métier, management, gestion, etc.) des futurs franchisés leur permettent-elles d'acquérir et de développer les savoirs et savoir-faire nécessaires et indispensables à leur réussite.

Pour autant, une fois le magasin ouvert, **le franchisé se doit de trouver sa place dans sa nouvelle activité.** Ce qui est évidemment très simple lorsqu'il est le seul à opérer. **Ce qui devient compliqué lorsqu'il doit manager une équipe. Et ce qui devient réellement crucial lorsque le bon fonctionnement de son entreprise requiert des compétences techniques poussées.**

En effet, si le franchisé est l'âme et la cheville ouvrière de son point de vente, il peut difficilement être partout à la fois et exceller dans tous les domaines.

Je ne traiterai pas dans ce court texte de la notion de management général de la vie de leur entreprise qui est commune à tous les franchisés, quel que soit le secteur d'activité et dès lors qu'ils managent une équipe.

En réalité la **vraie question à se poser pour le franchisé et pour les équipes d'animation de réseau est la place du franchisé entre le front office** (l'atelier dans la réparation rapide par exemple, le magasin, le restaurant, etc.) **et le back office.**

Lors de mes différentes expériences, nourries de plus de vingt ans dans l'animation et le développement de différents réseaux, j'ai en effet pu constater qu'**il existe deux types de profils de franchisés :**

- ceux qui excellent sur la surface de vente

6 et ceux qui, au contraire, s'épanouissent dans la gestion du back office (gestion des plannings, des flux de facturation, de la gestion client une fois la vente réalisée, de la relation avec le franchiseur si celui-ci est aussi le fournisseur, etc.)

L'essentiel est, pour le chef d'entreprise, de ne pas jouer contre nature.

Pour illustrer ce propos j'ai en tête l'exemple très récent d'un franchisé de mon réseau qui ne parvenait pas à faire décoller le chiffre d'affaires de son magasin malgré un emplacement numéro 1 et une fréquentation très forte : le CA réalisé était d'environ 50% de ce qu'il aurait dû être selon les indicateurs métier.

Ce franchisé s'évertuait à se positionner sur la surface de vente comme manager des ventes. Or on constatait, outre la non performance, un turnover très important de ses vendeurs qui se confiaient à nous sur la pression malsaine que le franchisé avait instituée dans son magasin. Et, finalement, sur le fait qu'il **n'était pas compétent pour les aider à réussir leurs ventes.**



Le chef d'entreprise en question était, comme vous l'imaginez aisément, en forte difficulté face à cette situation et presque en état de détresse personnelle face à cet état de fait.

Notre rôle a consisté à lui faire prendre conscience qu'il serait sans plus efficient sur la partie back office car il possède de grandes qualités d'organisation et de rigueur.

Cette prise de conscience a été lente et douloureuse car elle a remis en cause l'image même que le franchisé se faisait de son rôle, de ses missions et, pour tout dire, de ses capacités commerciales.

La décision a été prise d'un commun accord qu'il se retire de la surface de vente en confiant le management de son équipe à un directeur de magasin qu'il a finalement entrepris de recruter. Lui-même se positionnant sur l'aspect back office.

Et comme vous le devinez, **les performances de son point de vente se sont considérablement améliorées** pour atteindre le potentiel de son magasin, tel que défini par l'étude de marché et le business plan.

Au-delà de cet exemple, **le rôle du franchiseur est donc crucial pour, parfois, aider le chef d'entreprise à se mettre à sa juste place** : celle qui lui permettra de donner le meilleur de lui-même et de faire de son entreprise une success story.

Thierry Dardel

A propos de l'auteur : Thierry Dardel

Thierry a 20 ans d'expérience dans l'animation et l'expansion. Il a pratiqué dans la concession, la franchise, le succursalisme avec notamment plus de 200 ouvertures de magasins de son fait ou en accompagnement. C'est un professionnel reconnu et le Franchise Business Club est heureux de sa contribution.

Avis aux pros des réseaux, FranchiseBusinessClub est fait pour vous, pour publier, lire, échanger..... A vos claviers !

[#franchisé \(/recherche?terms=%20franchis%C3%A9\)](#)

[#animation \(/recherche?terms=animation\)](#)

3  1 



Vous devez être connecté pour pouvoir commenter

Connexion 





Commenter



[\(/membre/jeansamper\)](#)

Jean Samper ([/membre/jeansamper](#)) Consultant Expert en Franchise

@ThierryDardel Du vécu, du concret ! Merci Thierry pour ce partage d'expérience. AVIS A TOUS LES PROS DES RESEAUX : ces colonnes sont à vous ! Publiez, partagez, profitez !

1 ❤️ Répondre • 07/06/2018

Recommandations d'article

([/membre/jeanhagnon](#))

[\(/article/dix-caracteristiques-du-franchise-qui-reussit\)](#)

Article

Dix caractéristiques du franchisé qui réussit...

[\(/article/dix-caracteristiques-du-franchise-qui-reussit\)](#)

3 ❤️

[\(/article/dix-caracteristiques-du-franchise-qui-reussit\)](#)

([/membre/alexisbrane](#))

[\(/article/reseau-d-enseigne-6-cles-de-succes-pour-federer-votre-reseau-autour-de-votre-image-de-marque\)](#)

Article

Réseau d'enseigne : 6 clés de succès pour fédérer votre réseau autour de votre image de marque

2 ❤️

[\(/article/reseau-d-enseigne-6-cles-de-succes-pour-federer-votre-reseau-autour-de-votre-image-de-marque\)](#)

([/membre/martinadministrateur](#))

[\(/article/peut-on-externaliser-l-animateur-de-reseau\)](#)

Article

Peut-on externaliser l'animateur de réseau ?

[\(/article/peut-on-externaliser-l-animateur-de-reseau\)](#)

2 ❤️

[\(/article/peut-on-externaliser-l-animateur-de-reseau\)](#)



