



(/membre/jeansamper)

Les 4 fondamentaux de la franchise. Guide de la franchise chap 3



()

La Franchise n'existerait pas sans les 4 éléments décrits dans ce chapitre

Pour qu'un réseau soit considéré comme une franchise il faut que franchiseur, franchisés et clients se retrouvent autour de 4 éléments constitutifs fondamentaux, lesquels sont admis par tous les professionnels des réseaux:

- 1) les signes de ralliement de la clientèle dont l'enseigne
- 2) la collection de produits ou/et de services
- 3) le savoir-faire transmis
- 4) l'assistance

1) Les signes de ralliement de la clientèle

Ce sont les éléments qui permettent à la clientèle acquise ou potentielle de connaître et reconnaître le réseau, (notoriété) d'en connaître l'offre et de l'apprécier (image de marque) et d'avoir envie d'y retourner (fidélisation).

La marque et l'enseigne constituent certes l'élément visible principal et sont aussi souvent le support du lien affectif entre le réseau et le consommateur. (On aime une marque, on aime aller dans un magasin, on aime les produits,



parfois on aime que les autres voient que l'on achète telle marque, on peut aussi aimer l'image que l'on se donne de soi-même, etc.)

Les signes de ralliement de la clientèle incluent également **le type d'architecture et de décoration, la charte graphique, la publicité, la relation avec le client...** Bien entendu, pour certaines enseignes comme les hard discounters, la symbolique s'efface très largement derrière le rationnel rapport qualité prix ou le prix tout court. Un air de musique peut aussi être un signe de ralliement, pensez à la petite musique de DIM par exemple.

2) La collection de produits ou/et de services

Naturellement, une enseigne ou une marque qui ne serait pas étroitement liée à une gamme de produits ou/et de services clairement définie et respectée par le réseau ne pourrait pas avoir un pouvoir d'attraction suffisant car, faute de contenu, son image de marque ne serait pas clairement perceptible.

Imaginons que certains Mc Do fassent des steaks frites salades servis à l'assiette et d'autres des moules frites en cocotte, serait-ce encore Mc Do ?

Imaginons ce que serait Novotel si les clients ne savaient pas à l'avance quel type de chambre, de prestations et de prix les attend ? Serait-ce encore Novotel ?

Même raisonnement pour Mango, Camaïeu, Yves Rocher, KFC, Signarama, RE/Max...

C'est pourquoi **la gamme de produits et de services associés à l'enseigne doit se retrouver partout et de la même façon, ou presque**, car des adaptations surviennent souvent dans une certaine mesure en fonction du pays ou de la taille des magasins par exemple.

3) La transmission d'un savoir-faire

Le savoir-faire se compose de deux parties :

- celui que le franchiseur exploite seul pour fournir aux franchisés des **prestations** rendues plus efficaces notamment par l'effet de masse ou les avantages de productivité liés à la centralisation mais aussi parce qu'il s'agit d'un métier différent de celui que les franchisés exercent dans leur entreprise



bien que nécessaire à leur performance. Il s'agit de services centraux comme la publicité nationale, le stylisme, la mise en production d'une collection de vêtements ou l'informatique par exemple.

- **celui que le franchiseur transmet au franchisé** par la formation, le manuel d'exploitation, etc. pour que le franchisé soit plus efficace dans la commercialisation, la relation client, la gestion, l'exploitation de son unité franchisée, etc. C'est ce savoir-faire transmis qui est constitutif de la franchise.

Le savoir-faire est le résultat de l'expérience et donc des succès, des échecs et des leçons que ses hauts-et-bas ont permis au franchiseur de tirer. Il est constitué d'un ensemble de recettes, de façons de faire, de trucs, d'outils de gestion ou d'organisation, de méthodes qui sont propres à l'enseigne franchisée ou sont mieux maîtrisées ou sont différenciées dans l'enseigne franchisée.

Le savoir-faire doit être en évolution constante pour demeurer attractif et capable de donner un avantage aux membres du réseau par rapport aux entreprises concurrentes. Ce n'est pas facile. D'où l'intérêt évident et la nécessité de disposer d'une unité-pilote ou mieux de plusieurs unités pilotes qui, pendant une durée suffisante, souvent 2 à 3 ans, valideront par l'expérimentation concrète les innovations du concept et du savoir-faire associé avant de les transmettre aux franchisés.

La transmission du savoir-faire commence lors de la remise du manuel d'exploitation à partir de la signature du contrat, se poursuit essentiellement dans la phase de formation initiale mais continue tout au long de la vie du réseau par la formation continue et les visites du franchiseur entre autres moyens.

4) L'assistance

Elle est un soutien essentiel et délicat. Bien comprise, elle consiste, à distance et/ou sur site, à **aider le franchisé à analyser son exploitation, à identifier ses points faibles**, à trouver la bonne application du savoir-faire et à **prendre et mettre en œuvre les mesures correctives** adéquates. Le franchiseur doit veiller à donner des conseils et des moyens issus de son analyse et de son expérience mais sans aller trop loin car le franchisé demeure un entrepreneur indépendant et responsable des décisions qu'il doit prendre.





()

Les réunions du réseau de franchise sont des éléments clés dans le transfert de savoir-faire.

Différences Franchise, concession, licence de marque etc.

Pour aller à l'essentiel...

Contrat de licence de marque à titre d'enseigne

Le détenteur de la marque/enseigne accorde à l'adhérent le droit d'utiliser les signes de ralliement de la clientèle dont l'enseigne. Rarement utilisé seul.

Contrat de concession

Il contient un contrat de licence de marque et le complète par un accord portant sur la distribution de produits et de service ce qui le rend utile.

Contrat de franchise

Il contient un contrat de licence de marque et le complète par un accord portant sur :

- la distribution de produits et de service
- un savoir-faire transmis au franchisé
- une assistance permanente du franchiseur au franchisé

La commission affiliation

Ce contrat ressemble à la concession mais le stock demeure propriété du commettant qui le gère y compris l'approvisionnement. Le commissionnaire



lui le met en vente et verse le paiement reçu au commettant le jour de la vente. Le commissionnaire ne prend plus le risque du stock et ne le finance plus.

La commission affiliation « avec » franchise

On ajoute le transfert de savoir-faire et l'assistance permanente.

Jean Samper

Fondateur du Franchise Business Club

Découvrez les autres chapitres dans le [Guide de la franchise](https://franchisebusinessclub.com/p/guide-devenir-franchise) (<https://franchisebusinessclub.com/p/guide-devenir-franchise>)

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

[#devenir franchisé \(/recherche?terms=devenir%20franchisé\)](#)

[#guide franchise \(/recherche?terms=guide%20franchise\)](#)



[#marque et franchise \(/recherche?terms=marque%20et%20franchise\)](#)

[#savoir-faire \(/recherche?terms=savoir-faire\)](#)

[#assistance \(/recherche?terms=assistance\)](#) [#licence \(/recherche?terms=licence\)](#)

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

[#commission-affiliation \(/recherche?terms=commission-affiliation\)](#)

1  



Vous devez être connecté pour pouvoir commenter

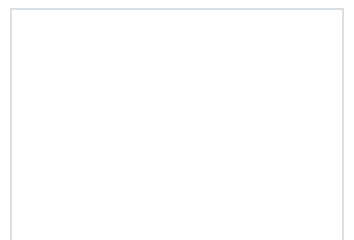
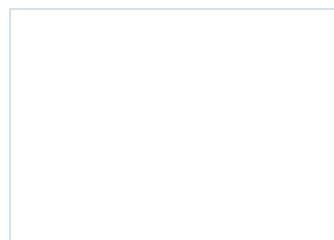
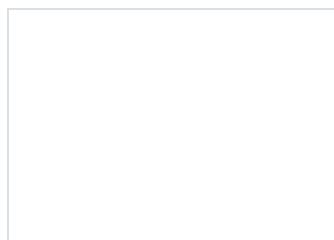
[Connexion \(\)](#)



Commenter



Recommandations d'article



[\(/article/italie-du-19-au-21-octobre-2023-le-salon-de-la-franchise-renaît-a-milan\)](/article/italie-du-19-au-21-octobre-2023-le-salon-de-la-franchise-renaît-a-milan)


Article

Italie : Du 19 au 21 octobre 2023, le salon de la franchise renaît à Milan

.....



[\(/article/italie-du-19-au-21-octobre-2023-le-salon-de-la-franchise-renaît-a-milan\)](/article/italie-du-19-au-21-octobre-2023-le-salon-de-la-franchise-renaît-a-milan)

 [\(/article/la-transmission-du-savoir-faire-en-franchise\)](/article/la-transmission-du-savoir-faire-en-franchise)

Article

La transmission du savoir-faire en franchise

[\(/article/la-transmission-](/article/la-transmission-)

5 ♥

[1 !\[\]\(ab4e2b3fc7e7887b7a72f548aa6f5e60_img.jpg\) \(/article/la-transmission-du-savoir-faire-en-franchise\)](/article/la-transmission-du-savoir-faire-en-franchise)

06
avril
2023

 [\(/article/30454-visiteurs-en-mars-2023-a-franchise-expo-paris\)](/article/30454-visiteurs-en-mars-2023-a-franchise-expo-paris)

Document

30454 visiteurs en mars 2023 à Franchise Expo Paris

[\(/article/30454-](/article/30454-)



[\(/article/30454-visiteurs-en-mars-2023-a-franchise-expo-paris\)](/article/30454-visiteurs-en-mars-2023-a-franchise-expo-paris)

28
mars
2023



Mentions légales • Conditions générales d'utilisation • Politique de confidentialité (</confidentialite>)

