



(/membre/jeansamper)

Les 5 leviers pour développer la rentabilité d'une affaire en franchise : Conseil N°1

Avant de s'engager dans un projet, un candidat à la franchise doit se poser les questions essentielles qui vont lui permettre de valider un « business plan » économiquement viable. Vous noterez que la démarche que Jean-Louis Sabin, le master franchisé qui a introduit Action Coach en France nous a confiée, est valable aussi pour un franchiseur même dans son recrutement de franchisés.

Ces 5 leviers, sur lesquels on peut agir, constituent l'un des piliers de la méthodologie ActionCOACH. Ils se décomposent comme suit :

Génération de contacts, Taux de conversion, Valeur moyenne par transaction, Nombre de transactions, Marges.

Dans cette rubrique, nous allons faire un zoom sur la Génération de Contacts. En voici quelques exemples, sachant que dans le cadre de l'étude d'un projet de franchise, cette approche devra être plus approfondie.

1. Savoir faire la différence entre cibles et prospects.

Généralement, on dépense beaucoup trop d'argent et de temps sur des personnes qui n'achèteront jamais. Si votre publicité n'aide pas à éliminer ce genre de personne, il ne fonctionne pas comme il faut avec pour conséquence beaucoup de travail inutile pour les personnes dans votre organisation qui



doivent traiter les contacts. Le choix des médias, vos offres, votre stratégie créative et même le ton de vos annonces vont tous contribuer à intéresser les prospects à fort potentiel et à éliminer les autres.

2. Construire un système de mesure opérationnel.

Quelque soit le support utilisé, aucun système de réponse directe ne peut être amélioré sans un système de mesure valable. Testez d'abord les facteurs les plus significatifs – les listings, les médias et les offres. Dès que vous avez un nombre suffisant de résultats, réagissez rapidement et intégrez-les dans votre campagne. Votre analyse des résultats devrait inclure non seulement le coût par contact généré mais aussi le coût par rendez-vous et par vente. La prise de décision sur le seul coût par rendez-vous peut se révéler désastreux.

3. Utiliser des témoignages et des études de cas.

Mise à part le surcroît de crédibilité qu'ils génèrent, ils permettent au prospect de mieux comprendre tout ce que votre produit ou service peut lui apporter. Les grandes entreprises devraient sélectionner des témoignages ou études de cas qui mettent en valeur la capacité de l'entreprise à apporter un service personnalisé et rapide. Des plus petites entreprises devraient mettre en avant des témoignages qui portent sur sa force et sa stabilité. Ajoutez également des témoignages qui mettent l'accent sur combien le client a été récompensé d'avoir sauté le premier pas et d'avoir cherché à en savoir plus.

4. Préparer des stratégies créatives différentes et des offres différentes pour les différents types de décideurs.

Même quand votre prospection porte sur une entreprise spécifique, le texte, l'offre et parfois même les illustrations graphiques doivent changer selon la fonction de la personne ciblée et l'objectif de votre communication. L'approche très technique qui sera pertinente pour le Directeur Informatique ne marchera pas auprès du PDG et l'intérêt potentiel du PDG sera probablement différent de celui du Directeur Financier.

L'étape suivante consistera à [transformer ces prospects « qualifiés » en clients.](https://franchisebusinessclub.com/article/les-5-leviers-pour-developper-la-rentabilite-d-une-affaire-en-franchise-conseil-n-2) [Nous vous invitons à consulter la suite de cet article. C'est le conseil N°2.](https://franchisebusinessclub.com/article/les-5-leviers-pour-developper-la-rentabilite-d-une-affaire-en-franchise-conseil-n-2) (<https://franchisebusinessclub.com/article/les-5-leviers-pour-developper-la-rentabilite-d-une-affaire-en-franchise-conseil-n-2>)



Pour en savoir plus sur [Action Coach](http://ac-franchise.com/annuaire/action-coach--3) (<http://ac-franchise.com/annuaire/action-coach--3>) ?



()

[#rentabilité](#) (/recherche?terms=rentabilit%C3%A9)

[#management](#) (/recherche?terms=management)

[#performance](#) (/recherche?terms=performance) [#gestion](#) (/recherche?terms=gestion)

2



Vous devez être connecté pour pouvoir commenter


[Connexion](#) ()




Commenter



Recommandations d'article


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


[\(/p/manager-les-10-erreurs-la-limite-d'investissement-du-franchiseur\)](#)
08 février 2023
Article


[\(/article/six-traites-distinctifs-des-franchiseurs-exceptionnels-5-9-bis\)](#)
(/membres/jeanhgagnon)
Article

31
ma
20



Dix caractéristiques du franchisé qui réussit...

3 ♥

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

Interview : La limite d'intervention du franchiseur

1 ♥

[_D \(/article/interview-la-limite-d-intervention-du-franchiseur\)](/article/interview-la-limite-d-intervention-du-franchiseur)

Six traits distinctifs des franchiseurs exceptionnels! 5/9 bis

“

5 ♥

[3 D \(/article/six-traits-distinctifs-des-franchiseurs-exceptionnels-5-9-bis\)](/article/six-traits-distinctifs-des-franchiseurs-exceptionnels-5-9-bis)



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

