



Développer

102/

●●● cotisent à hauteur de 0,5 % de leur chiffre d'affaires pour le fonds. L'argent ainsi récolté sert à aider les franchisés dans le financement d'éventuels frais de déplacement, de formation, ou de remplacement en cas de maladie. Le FSE est cogéré par les contributeurs et le franchiseur : « Quand un des franchisés contributeurs m'informe d'une demande, je la soumetts aux membres du FSE. Si le projet obtient la majorité des votes, les fonds sont débloqués », explique Didier Château, le cofondateur du réseau. Actuellement, 25 000 euros sont disponibles dans les caisses du FSE. Mais le franchiseur réfléchit déjà à une évolution car, avec la croissance du réseau, le nombre de contributeurs devrait rapidement augmenter. « Pourquoi ne pas basculer en GIE qui ferait office de comité d'entreprise pour les franchisés. Les sommes récoltées pourraient, par exemple, servir à financer un séminaire uniquement entre franchisés, sans la présence du franchiseur. Il s'agirait de les rendre complètement acteurs de leur réseau », imagine-t-il.

Prise en charge bienveillante

Autre outil de dialogue collaboratif : le parrainage. On connaît la prise en charge bienveillante d'un nouveau venu dans l'enseigne par un franchisé plus ancien qui le conseille sur les bonnes pratiques et les chausse-trappes à éviter pour bien démarrer. Mais on voit également apparaître une forme de parrainage « inversé ». Ce sont les nouvelles recrues qui offrent leur regard extérieur. « Les jeunes générations ne se font pas prier pour partager leur expertise digitale avec les plus anciens », constate Lise Fercoq Dugué.

La coopération entre franchisés est primordiale mais elle ne doit pas dispenser le franchiseur de faire son « job ». « Le pivot d'un bon dialogue au sein d'un réseau reste l'animateur des ventes », insiste cette experte. Selon la dernière enquête annuelle sur la franchise Banque Populaire/FFF/CSA, si 75 % des franchisés déclarent que les animateurs répondent à leurs attentes... 25 % estiment le contraire. Parmi les principaux griefs : la rareté des visites, le manque d'écoute et de suivi dans les moments difficiles. Il reste toujours des progrès à faire. ●



JEAN GONNET, multifranchisé Générale des Services à Poissy et Conflans-Sainte-Honorine (78).

« Sur le forum maison, les échanges sont libres »

ÉCONOMISER 3 000 EUROS DE PUBLICITÉ, voilà ce qu'a réalisé Jean Gonnet, multifranchisé Générale des Services en Ile-de-France, en participant au forum d'échanges sur l'extranet du réseau de cette enseigne de services aux personnes. « Ce forum est un moyen pour le franchiseur de capter les sujets difficiles et d'anticiper de bonnes réponses. Mais c'est aussi un lieu d'échanges de bonnes pratiques et d'écueils à éviter entre franchisés. C'est ainsi qu'un collègue a fait un jour part de son investissement dans une grande campagne de distribution de flyers qui s'est finalement révélée douloureuse financièrement sans vraiment rapporter de nouveaux clients », illustre-t-il. Sensibilisé par ce retour d'expérience, Jean Gonnet révisé son plan de publicité et opte pour une campagne sur le Net assortie d'une distribution de courriers personnalisés dans les boîtes aux lettres sur un périmètre très restreint. « A part quelques coûts d'impression et du temps consacré le dimanche à la distribution des courriers avec mon épouse, cela ne m'a rien coûté. Et le taux de retour a été de 10 à 20 fois supérieur à celui d'une vaste campagne de flyers », estime-t-il.

Un forum d'échanges utile qui est aussi perçu comme source de gain de temps. En posant une question en ligne, il obtient, de la part d'un autre franchisé, un exemple de dossier de référencement dont il avait besoin. A lui de l'adapter à sa propre problématique, et cela évite de partir de zéro. « Même si le forum est modéré par la tête de réseau, les échanges sont libres. Cet outil est d'autant plus pertinent que le franchiseur n'a pas toujours réponse à tout », conclut-il.

S. L.