

Les dix commandements pour un système de franchise réussi :

Votre système de franchise est-il « franchiseproof® » ?

Jeroen Janssen

Cet article porte sur l'essence des systèmes de franchise réussis et solides.

Votre système de franchise résiste-t-il aux chocs ?

Votre système de franchise est-il « franchiseproof » ? Résiste-t-il aux influences extérieures et peut-il faire face aux changements des conditions du marché ?

La viabilité d'un système de franchise se base sur les dix commandements présentés ci-dessous.

Un système de franchise est « franchiseproof » s'il satisfait aux dix commandements suivants :

1. Le format commercial de la franchise doit présenter un caractère distinctif et être concurrentiel dans sa **spécialité**. Chaque organisation de franchise qui se respecte se spécialise dans un produit, une gamme particulière ou des services spécifiques et la vente de ceux-ci.
2. Le franchiseur doit être bon dans sa spécialité voire y exceller et **maintenir à jour son savoir-faire en matière de franchise**. Le système doit aussi être adapté aux conditions du marché qui changent continuellement. Les changements de tendances, les comportements difficilement prévisibles des consommateurs, les innovations (de produits), les avancées de la technologie et les modifications des rapports avec la concurrence sont des facteurs qui présentent un impact sur le système de franchise.
3. Les systèmes de franchise au caractère distinctif tirent leur valeur ajoutée de leurs qualités dans leur spécialité (savoir-faire) et de leur capacité à transformer ce spécialisme en une **gestion d'entreprise efficace** axée sur la vente. La réalisation flexible de modifications dans la gestion d'entreprise est en principe une tâche du franchiseur et du franchisé.
4. Le système de franchise développé n'est complet que s'il dispose d'un **label de marque**. Le logo, le nom commercial et les caractéristiques du style maison forment des composants essentiels des systèmes et réseaux de franchise. Le caractère reconnaissable d'un système par les clients, grâce au logo et/ou à l'uniformité des activités réalisées, s'avère décisif pour la valeur ajoutée des systèmes de franchise.
5. La structure de la franchise doit être solide et durable si le franchiseur recherche la continuité. Dans ce cadre, la franchise doit viser l'**expansion du système**. D'autre part, le franchiseur doit faire en sorte que la croissance et le maintien du réseau de la franchise soient opérationnellement gérables.
6. Le franchiseur doit organiser de manière structurée la collaboration avec ses franchisés. Le franchiseur communique avec ses franchisés, en groupe et sur une base individuelle. Pour que la **communication** soit **efficace**, il faut qu'elle soit bidirectionnelle. Le franchiseur doit être ouvert aux apports de ses franchisés.

7. Il est essentiel que la franchise investisse dans l'**orientation client (aborder la clientèle) et la satisfaction des clients (conserver les clients)**. L'expansion ou la croissance d'un système de franchise est uniquement possible si le client croit en vos produits, votre spécialité, vos prestations de services. Il s'agit également d'opérer une distinction entre les groupes de clients.

8. La collaboration réalisée dans le cadre de la franchise doit respecter les **légalisations et réglementations** applicables, les coutumes dans la branche concernée et l'usage normal dans le secteur des franchises.

9. L'**accord de franchise sur mesure** doit être adapté au contenu, à l'objet et à la philosophie du système de franchise. D'un côté, les droits, les obligations et les responsabilités des parties contractuelles (franchiseur et franchisé) doivent être formulés de manière spécifique et claire. De l'autre côté, les dispositions figurant dans le contrat doivent permettre les modifications ou les expansions du système.

10. Le **caractère (juridique) de la collaboration en matière de franchise** entraîne pour le franchiseur et les franchisés une obligation de loyauté envers le réseau de franchise, en plus de la défense des intérêts commerciaux individuels. Cette **obligation de loyauté** comprend deux éléments :

1. l'obligation positive de s'efforcer de maintenir l'uniformité et la qualité du système de la franchise et
2. l'obligation de ne pas réaliser d'actions ou d'omissions pouvant causer dommage au partenariat.

En résumé, les systèmes de franchise sont « franchiseproof® » dans les cas suivants :

1. Les systèmes de franchise doivent présenter un caractère distinctif (format commercial de franchise) ;
2. Les franchises doivent être durables et permettre la croissance et le maintien du réseau de franchise ;
3. Le franchiseur vise un entrepreneuriat qualitatif et facilite une collaboration équilibrée avec les franchisés.

Les dix commandements présentés ci-dessus sont basés sur mes recherches, mon expérience et la situation actuelle des franchises. Ces commandements doivent être considérés comme des outils permettant d'optimiser le système, l'organisation et la collaboration des franchises.

Franchise.nl s'occupe de recherches et de développement en matière de franchise. Nous sommes ouverts aux nouvelles idées et ajouts aux conditions présentées ci-dessus. Nous apprécions vos suggestions et vos apports.

Jeroen Janssen est juriste et spécialiste en matière de franchises. Il possède un cabinet de conseil en franchise: Franchise Consultancy Services

Franchise.nl © 2012, H.G.A.J. (Jeroen) Janssen.