

Guide pratique

Partenaires
dans la
croissance
de votre
réseau


AXE RESEAUX



Sommaire

AVANT-PROPOS

- 1 LE MARCHÉ DU RECRUTEMENT DE FRANCHISÉS
- 2 VOS ENJEUX DE RECRUTEUR
- 3 L'APPROCHE AXE RÉSEAUX
- 4 AFIN DE COMMERCIALISER VOTRE CONCEPT...
- 5 SOURCER VOS CANDIDATURES
- 6 QUALIFIER VOS CANDIDATS
- 7 COACHER VOS SIGNATURES
- 8 TROUVER VOS LOCAUX
- 9 CAS CLIENTS
- 10 TRAVAILLER ENSEMBLE

À PROPOS

Avant-propos

Axe Réseaux est un cabinet de conseil en franchise.

Aujourd'hui, j'accompagne les dirigeants de réseaux de tous secteurs et de toutes tailles dans leur développement.

Par « développement », il faut entendre un grand nombre d'opérations réclamant expertise et expérience. J'y reviendrai, c'est tout l'objet de ce guide.

Cette thématique se nourrit aujourd'hui de tous mes acquis professionnels, en tant qu'entrepreneur, consultant, dirigeant de réseau, enseignant - formateur, mentor ou encore juge consulaire.

En accompagnant les réseaux à croître et à développer de nouvelles implantations, j'ai le sentiment d'opérer une belle synthèse de ce parcours.

Le développement, c'est le sel de la franchise : on n'investit pas autant de temps et d'énergie à créer un concept, à le tester et à le valider si c'est pour qu'il reste dans quelques mains seulement.

On veut le partager, convaincre le monde et transmettre au plus grand nombre pour qu'il crée de l'expérience client, de la richesse et des emplois !

Et d'expérience, je peux assurer que la France produit de nombreux concepts exceptionnels, qui gagnent à être connus et propulsés.

Mais pas n'importe comment, et pas à n'importe quel prix ! Car de l'enthousiasme à la déconvenue, il n'y a parfois que quelques pas...

Si de nombreux entrepreneurs excellent dans leur métier d'exploitant, tous ne rentrent pas dans le costume de franchiseur. Il faut du temps, de la détermination, des ressources... et surtout de la méthode.

Ce guide a donc pour objectif de vous présenter le marché du recrutement de franchisés et vos enjeux, ainsi que des éléments de méthodologie, du sourcing à l'installation de vos partenaires.

Vous y trouverez également des cas de réseaux que nous avons accompagnés.

J'espère ainsi pouvoir vous donner des repères et vous conforter dans vos démarches de développement et de recrutement.

Laurent Delafontaine
Fondateur

LE CONTEXTE MACRO ▼

La crise sanitaire a alimenté les envies d'ailleurs et surtout d'indépendance des salariés. En témoignent les phénomènes RH comme la **grande démission** (quiet quitting).

La réforme des retraites aiguise leur envie de **développer leur patrimoine** pour conserver la maîtrise de leur destin.

Tout cela alimente un **déport de main d'œuvre du salariat vers la création d'entreprise** : progressivement, la filière de la franchise **s'est industrialisée**.



QUELQUES DONNÉES DE L'ÉTUDE FFF/BANQUES POPULAIRES #19 :

- **28%** des Français souhaitent créer leur entreprise, dont **47%** des <35 ans
- **33%** de femmes désirent créer Vs 22% d'hommes
- **43%** de futurs créateurs envisagent de le faire en franchise
- **53%** des créateurs envisageant la franchise se disent rassurés par l'accompagnement au démarrage et la formation dispensée
- **42%** des candidats y voient un moyen de limiter leur risque financier



« Nous vivons un contexte plus que jamais propice à l'entrepreneuriat en franchise. Rassurés par le modèle, les créateurs y voient des perspectives de reconversion lorsqu'ils sont salariés (75% d'entre eux). Une confiance qui les amène même à changer de secteur d'activité, pour relever ce nouveau défi ».

Laurent Delafontaine

LES CHIFFRES CLÉS EN 2022 ▼

Un nombre de réseaux comparable à 2017, mais une activité qui gagne en consistance :

- + 12 400 franchisés
- + 17 Mds de CA.



1 972 réseaux de franchise (+0,36% // 2021)



84 497 points de vente franchisés (+6,8%)



76,62 Mds de CA global (+11,4%)



828 178 emplois directs et indirects (+4,12%)

LE TOP 5 EN NOMBRE DE RÉSEAUX :

- Équipement de la personne (17,55%)
- Commerce divers (11,21)
- Alimentaire (10,95)
- Restauration rapide (10,55)
- SAP (10,45)

LE TOP 5 EN NOMBRE DE FRANCHISÉS :

- Alimentaire (16 483 unités)
- Services auto (9 623)
- Équipement de la personne (9 374)
- Commerces divers (8 491)
- Restauration rapide (7 305)

ZOOM SUR LES PRATIQUES EN VIGUEUR OUTRE-ATLANTIQUE ▼

L'éditeur de logiciel américain **Franconnect** publie régulièrement son « Sales Report Index », dans lequel il décrypte les tendances du marché du recrutement de franchisés aux USA.

Sa dernière édition (2020), laisse apparaître des tendances et enseignements instructifs :

- ↘ Une **baisse des volumes de candidatures** dans tous les segments du marché (*micro-emerging, emerging, mid market* et *entreprise*), avec une décroissance encore plus marquée pour les gros acteurs ;
- ↘ Une **hausse des signatures de nouveaux franchisés chez les petits réseaux**, là où les gros accusent une baisse, même s'ils conservent une avance en volume compte tenu de leur échelle ;
- ↘ Une **performance élevée des petits réseaux dans la conclusion de leurs leads** (ou *lead-to-deal*), quasi-comparable à celui rencontré par les plus gros ;

↘ Dans les deux cas, un **taux de conclusion inférieur à 1%**... qui questionne l'efficacité des canaux de sourcing. Au plan sectoriel, seuls les services aux entreprises enregistrent un taux de 1,41%, quand la restauration connaît la pire performance (0,05%) ;

↘ Un **volume de candidatures chutant pour l'ensemble des canaux** de sourcing, hormis les salons, notamment virtuels. Un constat qui change quand on raisonne signatures : **les consultants en franchise sont le seul canal de conversion en amélioration sur l'année précédente.**

L'année 2020 avait permis de constater un net **allongement du cycle de recrutement, de 105 à 238 jours !**

Le contexte de pandémie, avec ses conséquences en termes de financements bancaires, n'y est évidemment pas étranger.

Un allongement qui n'épargne aucun secteur d'activité.



Pour **télécharger le rapport complet** :

<https://blog.franconnect.com/franconnect-franchise-library-2020/2021-sales-index-report>



Connaissez-vous vos enjeux en tant que recruteur ?

1. LES ENJEUX DE RECRUTEMENT DU FRANCHISEUR ▼

Le jeune franchiseur

Vous recrutez vos franchisés pionniers, ceux sur lesquels va reposer votre édifice et dont vous espérez qu'ils joueront les ambassadeurs auprès des futures recrues.

Vous n'avez pas le droit à l'erreur, car à ce stade une erreur de casting pourrait s'avérer très préjudiciable, voire compromettre votre développement.

Votre priorité c'est de vous appuyer sur des fondamentaux solides :

- ↘ Une idée précise, mais aussi réaliste, de **vos objectifs de développement** ;
- ↘ Une parfaite **connaissance de votre concept**, de ses forces et de ses faiblesses ;
- ↘ Une vision claire de **vos moyens** : vous avez une bonne idée des **ressources à allouer au démarrage** du recrutement (budget publicitaire...), mais avez aussi établi un **prévisionnel de montée en charge**, pour accompagner votre croissance ;
- ↘ Un **profilage candidat** : vous connaissez vos personas et leurs attentes ;
- ↘ Une **stratégie de sourcing** efficace : vous devez bâtir un plan média et hors média vous permettant de toucher les meilleurs profils ;
- ↘ Une documentation de haut niveau : un **site candidats**, une **plaquette**, voire un **livre blanc** et des **articles de qualité** qui accompagneront la montée en intérêt de vos leads ;
- ↘ Un **parcours candidat** qui rythme le process de signature, optimise votre allocation de ressources et respecte les intérêts des candidats ;
- ↘ Un **coaching de signature** qui s'appuie non seulement sur un **rétroplanning** clair, mais aussi sur une présence constante et une capacité à répondre rapidement pour lever tous les doutes de vos candidats.

Ensuite, vous devez apprendre à recruter, c'est-à-dire à devenir autonomes dans l'utilisation de ces différents outils.

Sinon, vous pouvez faire appel à un conseil spécialisé dans le recrutement de franchisés comme Axe Réseaux, le temps d'apprendre.

Le franchiseur confirmé

Vous avez déjà recruté 15-20 franchisés et gérez au quotidien un réseau régional dense ou qui commence à couvrir l'hexagone ?

Vous recherchez la vitesse, de la performance, et vos enjeux sont les suivants :

- ↘ Trouver le bon **rythme de développement** ;
- ↘ Savoir disposer du **niveau de ressources approprié** : ni trop dispendieux, ni trop chétif par rapport à vos nouvelles intégrations ;
- ↘ Savoir **faire évoluer votre profilage candidats**, fort de vos retours d'expérience ;
- ↘ **Ajuster votre politique et vos canaux** de sourcing candidats ;
- ↘ Mettre à jour votre documentation, voire créer des **supports plus exclusifs** (webséries, webinars, podcasts, influence, événementiel ciblé...) ;
- ↘ Optimiser votre **parcours candidat** en sachant en adapter les composantes au besoin.

Axe Réseaux vous aide dans la mise en place et l'optimisation de ces différents outils.

Consultez-nous !



2. LES ATTENTES DES CANDIDATS À LA FRANCHISE ▼

Les attentes des candidats sont évidemment très diverses, selon leur profil, leur expérience entrepreneuriale, le secteur qu'ils convoitent ou encore le montant qu'ils sont prêts à investir.

Nous ne reviendrons pas ici sur les principales questions à se poser avant de se lancer (voir les ressources à ce sujet sur le site web Axe Réseaux).

Nous attirons plutôt l'attention des franchiseurs, novices comme aguerris, sur les préoccupations de leurs candidats qu'il leur faut saisir, s'ils veulent les convaincre.

1- La réussite économique

Son « savoir-faire réussir » ayant été validé par le marché, l'enseigne doit offrir de solides perspectives de création de valeur, sous forme de revenus puis de valorisation patrimoniale.

2- La transparence

Le candidat doit accéder à toute l'information qui éclairera son consentement (Loi Doubin), et au-delà, utile à emporter sa décision. Il ne doit pas sentir que son futur partenaire lui cache des choses.

3- La compétitivité

Le concept doit offrir des gages de supériorité sur le marché et ses principaux concurrents. Quitte à investir une partie de son patrimoine, autant que cela vaille la peine, et pour un certain temps !

4- Le professionnalisme

Le candidat doit sentir qu'il échange avec des professionnels de haut niveau, compétents et investis, quels que soient ses interlocuteurs. Cela le rassurera ou au contraire lui mettra la puce à l'oreille pour les moments où lui-même aura besoin de requérir l'assistance du franchiseur.

5- La notoriété

Si elle n'est pas déjà établie (cas des plus jeunes réseaux), le candidat doit sentir que son enseigne a le goût et la maîtrise des outils permettant de développer rapidement sa notoriété. L'activité sur les réseaux sociaux en sera l'un des marqueurs.

6- La maîtrise digitale

Le candidat doit sentir qu'il s'engage auprès d'une enseigne qui saura tirer parti des mutations à l'œuvre ou prévisibles, et qui ne les subira pas au risque de se déclasser.

7- L'écoute

Le contrat est une chose, mais la vie en réseau réserve des surprises... le futur franchisé sera sensible à un franchiseur capable de l'écouter, de s'adapter à lui lorsque c'est possible, voire de l'aider en cas de difficultés.

8- Le partage

La franchise est une formule contractuelle réputée « verticale ». Pour autant, le franchiseur doit prévoir des espaces et des instances, pour favoriser le travail en commun, la collaboration et l'innovation continue. C'est dans son intérêt !

9- Les valeurs

Un candidat va naturellement porter son choix sur une enseigne dont les valeurs correspondent aux siennes, du moins ce qu'il en connaît. Au-delà, il y a des invariants comme l'honnêteté ou le respect d'autrui, qu'il doit pouvoir constater concrètement dès les premiers échanges.

10- La responsabilité

De plus en plus, les candidats sont sensibles aux concepts donnant des gages en matière d'écologie et de soutenabilité, dans leur sourcing, leur empreinte carbone, leurs choix de produits, ou encore leurs engagements citoyens.

Axe Réseaux peut résumer son approche du recrutement en **5 moments-clés**.

Une façon de faire qui ne vient pas de nulle part, puisqu'elle a été raffinée par des années de pratique et d'innovation continue. Un véritable fil rouge, passeport pour votre réussite !

01

VÉRIFICATION DES PRÉREQUIS DU CONCEPT



Avant de vous lancer, nous faisons le tour de l'ensemble des ingrédients et outils que nous savons indispensables à vos échanges avec vos futurs candidats

02

SOURCING DE CANDIDATURES



En fonction de vos paramètres, nous vous aidons à choisir les bons canaux et supports pour vous aider à toucher vos personas, le tout dans un plan média optimisé

03

QUALIFICATION DES CANDIDATS



Une fois les candidats sourcés, nous en assurons la qualification selon une méthode et des outils reconnus, pour vous concentrer sur les profils le plus prometteurs

04

COACHING DES SIGNATURES



Le succès est de savoir donner le bon rythme, celui qui nourrit vos objectifs tout en respectant le candidat. Par des échanges, des réglages et des rappels, nous veillons au grain

05

RECHERCHE DES LOCAUX



L'emplacement est roi, alors nous vous accompagnons à identifier puis choisir les locaux qui sauront incarner le mieux votre concept, attirer puis enchainer la clientèle.



Vous lancer c'est très bien, mais
avez-vous pensé à tout... ?

On ne séduit pas ses partenaires franchisés si on ne dispose pas déjà de certains prérequis et outils. Fort de son expérience, Axe Réseaux recommande la liste suivante :

LES BASIQUES DU RÉSEAU ▼

- Des éléments de propriété intellectuelle (marque, logo, nom de domaine) en jouissance et bien protégés ;
- Un concept abouti et validé par le marché après une phase de pilotage ;
- Un savoir-faire formalisé et documenté en vue d'une réplique ;
- Un plan de formation en vue de sa transmission ;
- Une offre d'assistance et de services en tant que franchiseur ;
- Un modèle financier rentable pour la tête de réseau (sources de revenu, coûts de production, business plan...), ainsi que pour le franchisé ;



Ces prérequis font partie de la checklist utilisée lors de nos audits de franchisabilité. Avant d'accepter un dossier de conseil en recrutement, nous en dressons toujours un état des lieux.

LES OUTILS DE DÉVELOPPEMENT ▼

- Un profilage des candidats recherchés, en phase avec votre ADN ;
- Des grilles d'entretien (téléphonique, présentiel) ;
- Un parcours candidat efficient ;
- Un outil de gestion des candidatures (ATS, CRM...);
- Un contrat de franchise-type et un Document d'information précontractuelle ;
- Un guide de l'étude de marché ;
- Un cahier des charges du local ;
- Une charte architecturale et d'aménagement du local ;
- Un guide de financement des franchisés ;
- Un plan média de recrutement ;
- Un rétroplanning de signature du contrat ;
- Un rétroplanning d'ouverture du point de vente ;

LES OUTILS DE COMMUNICATION ▼

- Des canaux de communication et de sourcing candidats adaptés à vos objectifs de recrutement ;
- Un espace web pour informer les candidats, idéalement un mini-site – suffisamment référencé ;
- Une plaquette candidats présentant votre concept en profondeur ;
- Une stratégie et des supports presse, incluant du matériel de présentation aux portails de franchise ;
- Des vidéos de présentation, des interviews et des webinaires ;
- Des campagnes e-marketing générant de l'acquisition de candidats ;
- Du content marketing : des posts, des articles de fond, des infographies, un livre blanc...

Ces supports doivent présenter une parfaite cohérence entre eux, en termes de chiffres et de messages. C'est l'un des bénéfices à faire appel à des experts.



Sourcing : savez-vous à quels canaux vous vouer ?

Au vu de la concurrence, attirer les meilleurs profils possibles reste un challenge. Une réflexion préalable sur votre sourcing candidats vous aidera à vous recentrer, à définir vos priorités mais aussi vos limites.

NOTRE ACCOMPAGNEMENT EN SOURCING ▼

Nous vous épaulons dans la mise en place des différentes étapes et composantes de votre sourcing :

01

LA STRATÉGIE DE SOURCING



Nous vous aidons à analyser différentes options, pour dégager des approches gagnantes. Nous travaillons sur les paramètres qui guideront ensuite le choix de vos canaux de sourcing, et leur articulation dans un ensemble cohérent. Nous passons le temps nécessaire à bien comprendre votre concept, votre modèle et votre environnement. Nous pouvons interviewer des franchisés pour savoir quels canaux leur sembleraient les plus pertinents s'ils devaient vous rejoindre aujourd'hui. A la fin de notre analyse, nous vous recommandons plusieurs scénarios priorisés pour l'atteinte de vos objectifs d'ouvertures.

02

LES CANAUX DE GÉNÉRATION



Connaissant les « heuristiques » qui fonctionnent mais aussi leurs limites, nos consultants vous aident à choisir puis à vos médias d'acquisition, et à dimensionner vos budgets voire négocier vos tarifs publicitaires. Il peut s'agir de :

- Référencement payant : sur les moteurs de recherche, notamment le SEA Google ;
- Campagnes e-marketing : push email classiques mais aussi « inbound marketing » ;
- Réseaux sociaux et Social Media Advertising, B2B ou B2C ;
- Portails franchise ;
- Presse : métier, sectorielle, franchise, économique, généraliste, etc. ;
- Événementiel : les webinaires, les salons de franchise physiques et virtuels, les salons pro (SAP, snacking...), les salons dédiés aux créateurs ;
- Plateformes RH, job boards, et acteurs de la reconversion professionnelle ;

03

LE PLAN MÉDIA DE RECRUTEMENT 

Pièce maîtresse de votre édifice de sourcing, il consolide l'ensemble des options retenues, avec leur coût et leur durée de déploiement. Il peut d'ailleurs être différencié en plusieurs phases (lancement, consolidation, accélération...) en faisant varier les canaux, l'intensité de l'effort etc. Il vous aide aussi à suivre les actions engagées et à piloter les prestataires requis par certaines opérations. Avec un peu de pratique, vous saurez quels canaux sont les plus payants et vous pourrez, en logique d' « AB testing », réaliser des arbitrages qui rentabiliseront au mieux vos budgets. C'est une approche vers laquelle nos consultants vous orienteront à coup sûr, car le sourcing de candidats reste une affaire « empirique ».



« Le sourcing candidats est un concentré d'intelligence, de stratégie, de convictions. Il ne triche pas car à la fin, on doit pouvoir mesurer sa performance et sa réussite au nombre de recrutements réussis sur une période donnée. Si les jeunes franchiseurs peuvent rester interrogatifs et céder facilement aux sirènes d'offres de solutions digitales et publicitaires clé en main, il n'y a pas de martingale : ce qui a fonctionné pour d'autres peut très bien vous mener droit à l'échec ! Je passe donc beaucoup de temps à échanger avec les dirigeants pour savoir quels canaux véhiculeront le mieux leur concept, leurs valeurs, et sauront trouver les candidats qu'ils recherchent. »

Laurent Delafontaine

Axe Réseaux vous apporte :

- Des **objectifs** de sourcing clarifiés ;
- Une **stratégie** challengée pour que votre allocation de moyens reste réaliste (budgets, timing) ;
- Un choix raisonné parmi les nombreux **canaux** disponibles sur le marché ;
- Un **plan média** clair et optimisé selon vos contraintes ;
- Un respect des **budgets** et du planning prévus ;
- Une capacité à mesurer les **résultats** et à pivoter de stratégie, avec agilité.



AXE RESEAUX



A présent, comment sécuriser
vos choix... ?

On ne recrute pas un entrepreneur franchisé comme un salarié. Votre interlocuteur doit être séduit par votre concept, et lui-même doit vous convaincre qu'il correspond au profil que vous recherchez.

Si l'on parle de séduction mutuelle, on parle aussi et surtout de sélection, car il n'est pas question de recruter n'importe qui. Vos franchisés piliers serviront en effet de socle à votre réseau, et seront vos ambassadeurs auprès des suivants.

Axe Réseaux vous accompagne dans le traitement des candidatures produites par vos canaux de sourcing : analyse des profils, vérifications et qualification des contacts, organisation des entretiens de recrutement et présentation des candidats.

Pour chacun que nous présélectionnons, nous réalisons un dossier incluant les comptes rendus de nos entretiens, les éléments clés de son "profil Candidat", l'historique des contacts et une recommandation argumentée du consultant.



« Le taux de transformation d'un contact qui devient franchisé est de l'ordre de 2%, un chiffre communément partagé par les professionnels.

Pour autant, en fonction du montant de l'investissement, ce taux se précise. Il devient de plus en plus fin si l'apport nécessaire est élevé (l'hôtellerie ou les grandes surfaces de bricolages, par exemple).

De mon expérience, et pour un concept nécessitant plus de 100K€ d'apport, il faut compter 40 "candidats" parmi les 100 contacts reçus. 12 candidats seront reçus lors d'un 1er RV physique, puis 3 par le dirigeant de l'enseigne. Au final, nous retombons sur notre ratio de 2%, soit 2 contrats de franchise pour 100 contacts reçus.

Mais vous noterez que nous optimisons le process afin de ne pas se perdre avec des contacts qui n'iront nulle part. Une approche qui vous permet d'optimiser sensiblement votre fameux coût d'acquisition candidat »

Laurent Delafontaine

NOTRE APPROCHE DE LA QUALIFICATION DES CANDIDATURES ▼

Fruit d'une longue pratique, elle comprend 3 étapes :

01

SÉDUIRE

L'enseigne doit se présenter sous son meilleur jour pour rencontrer les attentes du candidat. Nos consultants mettent en avant vos atouts dans les limites de la transparence et de l'honnêteté. Il s'agit de sécuriser les candidats les plus prometteurs sur ce qu'ils attendent, notamment en termes de réussite commerciale et de création de valeur patrimoniale.



02

CONVAINCRE

L'enseigne doit démontrer qu'elle est la meilleure de son secteur pour délivrer ses promesses, et être claire sur les preuves qu'elle apportera au candidat. Mais elle doit aussi s'assurer qu'il a bien compris son niveau d'exigence et les implications de son éventuel choix de rejoindre l'enseigne. Nous relayons et expliquons de manière très précise ces préoccupations.



03

CONVERTIR LE CANDIDAT EN FRANCHISÉ

Arrivé à un stade avancé, notamment après la journée découverte et les échanges avec les franchisés, le candidat est accompagné dans sa décision. Loin de tout « conclusionnisme », nous nous assurons qu'il dispose bien de toutes les informations nécessaires, et répondons à toutes ses questions, pour le sécuriser dans son choix.



LES QUALITÉS À ATTENDRE D'UN « BON » CANDIDAT À LA FRANCHISE ▼

S'il n'existe pas de profil idéal de candidat à la franchise, d'autant que les critères varient selon le secteur d'activité, cumuler un maximum de ces 10 critères vous aidera à déceler la perle rare :

1. Avoir une dimension de chef d'entreprise et faire montre d'une certaine ambition
2. Vouloir représenter et défendre l'enseigne
3. Disposer d'un apport financier suffisant
4. Bénéficier d'une situation personnelle et familiale favorable
5. Être idéalement issu de la région d'implantation visée
6. Être un gros travailleur
7. Disposer des qualités intellectuelles et manuelles nécessaires à l'intégration du concept
8. Être suffisamment polyvalent ou avoir le dispositif pour déléguer
9. Être suffisamment rigoureux et organisé
10. Disposer d'aptitudes alignées avec la typologie de la franchise : être bricoleur pour un concept artisanal, être bon en vente et en relation client pour un concept commercial, être organisé et bon gestionnaire pour la distribution, etc.



« Prenez garde à bien choisir vos premiers candidats, disons les 5 premiers. Ils doivent exceller dans la fonction clé de l'entreprise : par exemple si vous lancez une franchise commerciale, privilégiez les profils commerciaux. Ils doivent bénéficier d'une courbe d'apprentissage facile avec le secteur, le concept, l'activité. Mais ne confiez jamais vos premiers points de vente à des profils à risque. Au contraire, vous devez être rassurés sur leur capacité à réussir. Or jusqu'aux 5 premières ouvertures, le franchiseur a intérêt à maximiser l'accompagnement au démarrage, pour maximiser les chances de succès. On passe avec eux plus de temps qu'on ne le fera ensuite pour les autres dans l'accompagnement, le marketing, le suivi : on sait que ces pionniers assureront la réussite de l'édifice. »

Axe Réseaux vous apporte :

- L'expérience du recrutement dans les grands secteurs franchisables et de la distribution, dont nous avons une connaissance fine ;
- L'accès à une base candidats parmi les plus étoffées, qualifiées et donc actives du marché ;
- La force d'un outil de gestion des candidatures unique sur le marché ;
- L'apport d'une méthodologie rôdée, y compris dans gestion des situations délicates, des impondérables et des imprévus ;
- Le respect scrupuleux de la confidentialité de l'ensemble des informations échangées dans le cadre de notre mission.


AXE RESEAUX



Saurez-vous imprimer votre rythme... ?

Le succès de votre recrutement de franchisés repose aussi sur le rythme que vous lui donnez.

En effet, si votre parcours candidat est construit sur une durée-type, il est rare que dans les faits, tout se déroule parfaitement à temps. Certaines étapes vont s'avérer plus longues, pour une infinité de raisons que les franchiseurs expérimentés connaissent, et nous aussi !

Or il est important que vous gardiez un certain rythme car vous avez un pipeline de candidats à traiter et accompagner, et en bout de course des objectifs de recrutement à remplir !

NOTRE ACCOMPAGNEMENT ▼

Axe Réseaux vous aide à imprimer le rythme nécessaire à la conclusion de vos contrats de franchise. Nos consultants savent quand relancer les candidats, comment le faire, comment obtenir la documentation manquante, comment clarifier certaines situations, débloquer des moments d'incompréhension ou de doute entre vous et certains candidats, etc.

S'il est possible d'agir sur un process avec un candidat donné, nous vous aidons aussi à ajuster – avec le recul - votre parcours candidat en tenant compte de vos retours d'expérience.

Car les attentes des candidats évoluent vite et le franchiseur doit s'y adapter, sans non plus se dénaturer.

NOTRE DÉONTOLOGIE ▼

Le coaching que nous pratiquons est assis sur un certain nombre de garanties :

- ↘ Nous respectons les préoccupations du candidat : il n'est pas question de le hâter excessivement ou de lui mettre une quelconque pression ;
- ↘ Nous tenons le franchiseur informé de l'évolution des signatures et l'alertons si la situation s'avère problématique : nous échangeons avec le dirigeant pour trouver ensemble les moyens de la dénouer, car il s'agit d'une co-construction – même si notre expérience nous donne une « boîte à outils » ;
- ↘ Par des points réguliers avec le franchiseur, nous adaptons le rythme des signatures prévues et revoyons éventuellement les objectifs de recrutement, si la situation l'exige ou si les moyens d'assurer l'accompagnement des nouvelles recrues ne pouvaient être réunis.



« Je ne conçois pas le recrutement de franchisés sans un coaching actif et bienveillant. Mon fil rouge c'est la confiance : celle de l'enseigne dans le travail que nous menons, mais aussi celle du candidat. Car il serait dommage de mettre le doute dans l'esprit d'un candidat quant aux intentions de l'enseigne à vouloir trop le presser, par exemple, alors que le dossier est bon et a déjà mobilisé des ressources pour son traitement ! Chez Axe Réseaux, nous partageons régulièrement avec nos clients nos retours d'expérience sur des situations précises, afin d'ajuster les parcours et d'étoffer leur gamme de réponses. »

Le **local commercial** abrite le point de vente destiné à l'exercice d'une activité strictement commerciale. Il peut être acquis par le rachat d'un fonds de commerce existant ou la location dans le cadre d'un bail généralement « 3-6-9 ».

Son choix revêt un enjeu considérable et conditionne fortement la réussite future du franchisé. Il doit donc reposer sur une recherche méthodique.

En tant que franchiseur, c'est vous qui savez quelles typologies d'emplacement et de local sont requises pour réussir, sur la base de votre modèle d'exploitation.

Aussi vous avez dressé un cahier des charges, étant précisé qu'il peut y en avoir plusieurs, si votre enseigne propose plusieurs formats en franchise (centre-ville, contre-commercial, zone d'activité...).



A RETENIR

Pour trouver la perle rare, votre futur franchisé peut solliciter :

↘ Un particulier :

Les + : option financièrement attractive, qui évite de régler une commission

Les - : surestimation du bien, manque de fiabilité des informations communiquées, absence de diagnostic technique et de connaissances juridiques, durée de négociation élevée... ;

↘ Ou un professionnel de l'immobilier :

Les + : c'est un investissement, car l'acquéreur bénéficiera d'une expertise qualitative et d'un suivi sur-mesure qui faciliteront ses démarches (gain de temps, gage de qualité...).

Les - : option plus coûteuse

1/ LA RECHERCHE DU LOCAL ▼

Cette opération prend beaucoup de temps. Elle sera d'autant plus efficace qu'elle s'adossera au cahier des charges de votre enseigne.

Le futur franchisé doit donc étudier :

- 1. L'emplacement du local :** La zone géographique et la typologie de l'emplacement (centre-ville, zone d'activités commerciales, lieux de passage / travel retail...)
- 2. La surface du local :** Les surfaces minimale et maximale jugées nécessaires pour exploiter le concept
- 3. Le montant du loyer :** Le budget maximum consacré au local, en incluant le prix du loyer ou de l'achat, les frais de travaux, les frais d'aménagement ainsi que les charges mensuelles
- 4. L'agencement du local :** L'ensemble des équipements (cuisine, pièce de stockage...) et des caractéristiques nécessaires (hauteur plafond, vitrine, sol, extractions, normes spécifiques à respecter...)
- 5. La réglementation :** Soit la compatibilité du local avec l'activité commerciale pratiquée et le respect des normes encadrant l'exploitation
- 6. L'état du local :** Sa cohérence avec le projet, selon les travaux de restauration et/ou d'aménagement éventuellement souhaités par l'acquéreur
- 7. Les aménagements / travaux extérieurs prévus :** C'est à dire l'ensemble des projets réalisés ou programmés dans l'environnement proche du local, et susceptibles d'impacter les flux de clientèle.

2/ LE CHOIX DU LOCAL ▼

Le choix du local commercial demande au candidat une **réflexion rigoureuse**, jalonnée de différentes étapes :

1. **Réaliser une étude de marché** : Elle alimente la réflexion d'éléments d'analyse précis et chiffrés, évaluant par exemple les caractéristiques et le potentiel d'une ville ou d'une zone délimitée
2. **Vérifier la destination** : Le local retenu doit être compatible avec l'activité commerciale exercée
3. **Étudier le terrain** : En se rendant sur place (local + alentours), l'entrepreneur pourra relever différents indicateurs (fréquentation, périodes d'affluence, type de population, accessibilité, ensoleillement de la rue...) qui seront déterminants dans la qualification du potentiel commercial.

Axe Réseaux réalise l'ensemble des diligences de recherche et de sélection du local.

Nos experts produisent une base chiffrée et des analyses dans un guide de l'emplacement, qui regroupe :

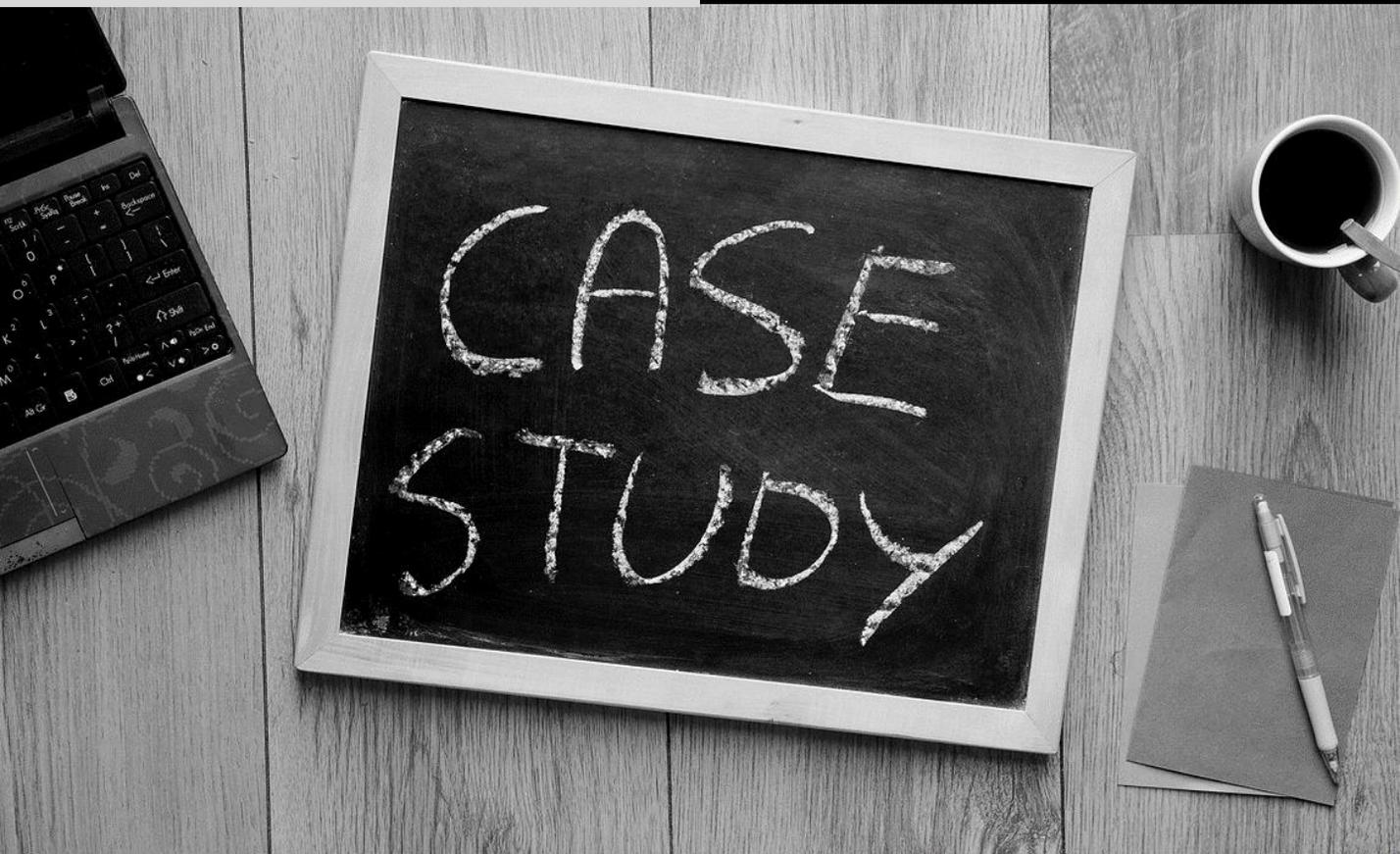
- ↘ Tous les critères relatifs à l'emplacement et au local ;
- ↘ Une analyse du local qui permettra à vos candidats de réaliser une évaluation technique de l'emplacement ou du local souhaité, en conformité avec vos recommandations.



Le local commercial doit en outre répondre à certains critères :

1. **Accessibilité** : Il doit être situé à proximité des commodités (parking, transports en communs, axes routiers) pour être accessible aux employés, clients, fournisseurs... et garantir le bon fonctionnement de l'activité. Il doit également respecter certaines normes d'accessibilité aux personnes à mobilité réduite
2. **Conformité de l'emplacement** : L'activité doit être compatible avec le quartier d'implantation et les usages de sa population, pour rencontrer le succès commercial. L'activité doit être compatible avec l'emplacement retenu et répondre à une demande solvable, pour correspondre au tissu économique local
3. **Attractivité** : Le local doit être raisonnablement proche d'autres commerces pour bénéficier de leur attractivité, sans non plus leur créer une concurrence directe
4. **Dynamisme** : En plus des commerces environnants, la proximité de certains services (écoles, bureaux, mairie...) et infrastructures (transports en commun, routes) favorisera l'affluence
5. **Équilibre du rapport coût / chiffre d'affaires** : Le montant du loyer doit être apprécié au regard du CA potentiel (comparaison entre charges mensuelles et budget mensuel prévisionnel, échéance des ROI...), pour valider une certaine rentabilité
6. **Adéquation avec l'image** : L'emplacement doit être conforme à l'image de marque voulue par l'enseigne, et correspondre aux attentes de la clientèle.

Après avoir choisi un local commercial, l'entrepreneur **étudiera attentivement son contrat de bail commercial**, qui encadrera les obligations du propriétaire et du locataire.



Cas clients

Concept

Boulangerie Feuillette est une enseigne de boulangerie-pâtisserie premium, positionnée sur le snacking salé et sucré à tout moment de la journée.

Chiffres clés

- ↘ 2009 : création du réseau
- ↘ 2015 : lancement en franchise
- ↘ 56 boulangeries
- ↘ 2,5 M€ de CA HT moyen réalisé en année 3
- ↘ 130 M€ de CA global du réseau
- ↘ 1 000 salariés au total
- ↘ 1 000 clients par jour en moyenne
- ↘ 9.30 € de ticket moyen
- ↘ 7 ans de contrat
- ↘ 450 m² de superficie pour le local recherché



Problématiques client

Après avoir structuré la tête de réseau, le cabinet devait **préparer l'enseigne à se développer et à recruter ses premiers franchisés pour asseoir son maillage.**



Solutions et livrables

- ↘ L'élaboration de la stratégie de développement ;
- ↘ L'élaboration d'un plan de développement pluriannuel (atteindre 100 franchisés en 2026) ;
- ↘ La création des outils de développement :
 - Profils-types des candidats
 - Site web candidats
 - Plaquette candidats
 - Argumentaires de vente du concept,
 - Grilles et fils conducteurs d'entretien,
 - Rétroplanning d'ouverture,
 - Tableaux de suivi de la performance du recrutement...

Métriques projet

- ✓ Un total de **37 contrats** de réservation de zone signés en 24 mois
- ✓ Une moyenne/an de **850 candidatures** « qualifiées » Une croissance du CA de 6,2 M€ en 2014 à **150 M€ fin 2023**

Bénéfices client

- ✓ Un gain de temps significatif dans le recrutement de ses premiers franchisés (2 premiers l'ont été dès le 9ème mois)
- ✓ Un gain de confiance et de sérénité pour les dirigeants
- ✓ Un gain financier, par l'accélération des premiers recrutements et la multiplication de revenus

Concept

Point B est une enseigne de fast-food halal

Chiffres clés

- ↘ 2017 : première ouverture
- ↘ 2020 : lancement en franchise
- ↘ 90 restaurants
- ↘ 350 K€ d'investissement global
- ↘ 1,2 M€ de CA HT moyen réalisé en année 3
- ↘ 7 ans de contrat
- ↘ 25 000 € de droit d'entrée
- ↘ 15 000 € de formation initiale
- ↘ 5% de redevance d'enseigne
- ↘ 2% de redevance de communication
- ↘ 200 m² de surface moyenne



Problématiques client

Structurer le réseau et préparer son développement, en s'inspirant notamment de l'accompagnement réalisé par le cabinet pour l'enseigne O'Tacos



Solutions et livrables

- ↘ **Phase 1 : Poser les bases pour traiter les candidatures urgentes**
 - Elaboration du contrat de franchise et du DIP
 - Rédaction d'une première version de « manop » pour sécuriser le process
- ↘ **Phase 2 : Finir de structurer pour systématiser le développement**
 - Elaboration d'un plan de formation,
 - Elaboration d'une politique d'animation,
 - Conception de supports de communication,
 - Approfondissement du modèle économique et de revenus
 - Digitalisation du support

Métriques projet

- ✓ 1 000 candidatures dans la foulée de leur première présence au salon du burger halal
- ✓ 30 ouvertures année 1
- ✓ Plus encore année 2
- ✓ Les 90 unités devraient être atteintes fin 2023

Bénéfices client

- ✓ Un fort gain de temps dans la structuration et la mise en orbite de l'enseigne
- ✓ Une sérénité en évitant certaines erreurs, notamment en matière de propriété intellectuelle
- ✓ Des gains financiers procurés par les nombreux recrutements les premières années, asseyant la croissance du réseau

Concept

Les Menus Services est le spécialiste du portage de repas à domicile pour les personnes âgées, handicapées et/ou convalescentes.

Chiffres clés

- 2003 : première agence
- 2006 : création du réseau en licence de marque, en en Franchise en 2013
- 123 agences
- 52 M€ de chiffre d'affaires pour le réseau
- 4 000 000 de repas livrés en 2022 pour 32 558 bénéficiaires
- 100 000 € d'investissement global, dont 20 000 de droit d'entrée et 40 000 € d'apport personnel
- 250 000 à 300 000 € de CA après 2 ans
- 80 m² de surface moyenne
- 5 ans de durée contractuelle
- 6 animateurs réseau



Problématiques client

L'enseigne fonctionnant déjà en franchise, ses dirigeants nous ont demandé d'établir un diagnostic de leurs pratiques pour se mettre au meilleur niveau en tant que franchiseur.



Solutions et livrables

- Un état des lieux de leurs pratiques
- Une zonification complète du concept
- Un manuel opératoire
- Un baromètre de la satisfaction réseau
- Une structuration organisationnelle (organigramme de la tête de réseau, fiches de postes pour recruter les fonctions clés manquantes)
- Un kit d'animation réseau : grille d'audit, trame de rapport de visite, formulaire de reporting...)
- Une modélisation économique
- La recommandation d'un ERP adapté au métier du réseau
- Une mise à jour de la documentation commerciale et candidats (site, plaquette, flyer...)
- Un cahier des charges juridique pour revoir notamment le modèle de contrat.

Métriques projet

- ☑ Un projet de 9 mois seulement, compte tenu de tous els livrables produits
- ☑ 10 domaines métier adressés (l'un des plus grands nombres enregistrés parmi les missions réalisées par le cabinet)

Bénéfices client

- ☑ Une professionnalisation du client sur le métier de franchiseur
- ☑ Un rôle de guichet unique du cabinet, intervenant en 360° sur l'ensemble de la structuration du réseau
- ☑ Un gain de sérénité par nos apports méthodologiques et nos livrables



Et si nous parlions de **votre**
croissance ?

www.axereseaux.com


AXE RESEAUX

Depuis 2011, Axe Réseaux accompagne les entreprises de tous secteurs dans leur développement en franchise, en France comme à l'international.

Nous sommes présents à vos côtés dans la conception, la personnalisation, la prise en main et la diffusion de l'ensemble des outils nécessaires :

- ↳ Formulation de la stratégie de recrutement
- ↳ Choix et gestion des canaux de sourcing candidats
- ↳ Conception de l'ensemble de la documentation promotionnelle de votre concept
- ↳ Profilage et parcours candidats
- ↳ Qualification et gestion des candidatures
- ↳ Reporting et KPI des supports
- ↳ Préparation de vos futures ouvertures, du planning à la mise en œuvre de leurs composantes et conditions (cahier des charges, chartes, financement...).

CO-CONSTRUCTION

Notre équipe à taille humaine travaille main dans la main avec vous, puis favorise votre **montée en autonomie** dans la gestion du réseau. Présent à la naissance de votre projet, votre consultant reste à vos côtés **même dans les étapes avancées** de votre développement (export...). On ne change pas une équipe qui gagne ■

SUR-MESURE

Nous ne croyons pas au « *one best way* ». Grâce à de **profondes capacités de benchmark**, nous adaptons nos outils et méthodologies à **vos singularités et vos objectifs** ■

MULTI-COMPÉTENCE

Nous travaillons avec un **écosystème d'experts reconnus**. Mentorés par nos soins, ils vont sélectionner, assembler, planifier et doser chaque détail pour **vous apporter la réponse** dont vous avez besoin ■

Sans contentieux à ce jour, le cabinet bénéficie de la plus haute notation Banque de France, de l'agrément formation (n°117881592) et d'une assurance RCP (Hiscox n°02 34 753).

RIGUEUR

Soucieux de vous aider à **compléter votre maillage territorial**, nous vous accompagnons dans la conquête de nouveaux franchisés, après une **sélection rigoureuse des candidats** ■

EFFICIENCE

Fort de notre expérience, nous **élaborons les stratégies et trouvons le chemin critique** dans votre génération de valeur. Nous vous fournissons des **livrables pratiques et immédiatement utilisables** pour prendre de la vitesse tout au long de votre activité, et ce dès le top départ ■

RESPECT DES VALEURS

Nous ne vous proposerons jamais des options qui ne correspondraient pas aux **valeurs qui vous animent au quotidien** ■



Spécialiste de l'ingénierie des réseaux, j'évolue dans le secteur de la franchise depuis plus de 20 ans. J'accompagne les dirigeants d'enseignes commerciales dans leur développement en franchise, qu'il s'agisse de créer un réseau, d'en optimiser la gestion ou d'en accélérer le développement.

« Si j'ai créé Axe Réseaux en 2011, c'est parce que j'avais la conviction que mes deux expertises acquises en tant que consultant puis comme franchiseur, bénéficieraient aux réseaux en création. Elles leur feraient gagner du temps et leur apporteraient la sérénité et l'appui dont ils ont besoin dans leur processus de création et de déploiement. »



CURRICULUM

- 2011-aujourd'hui - Fondateur / expert franchise (Axe Réseaux)
- 2018-2023 - Associé co-fondateur (Franchise Board)
- 2009-2011 - Directeur de la franchise (AST Groupe)
- 2007-2009 - Directeur de la franchise (Groupe Geoxia)
- 2003-2007 - Directeur de la franchise (Groupe Le Duff)
- 1998-2003 - Manager « Distribution & Consumer Goods » (Ernst & Young)
- 1996-1998 - Business Manager (General Motors)
- 1992-1996 - District Manager (Fiat Chrysler Automobiles)



ATTRIBUTIONS

- Membre du Collège des Experts de la Fédération Française de la Franchise
- Ex.Chargé d'enseignement en Master II (Institut de Gestion de Rennes) et à l'Université de Haute Alsace
- Intervenant à l'Académie de la franchise de la FFF depuis 2013 sur la formation au métier de « Développeur de réseau »
- Membre du Centre des Jeunes Dirigeants
- Juge consulaire au Tribunal de commerce de Versailles
- Mentor au Réseau 93 Entreprendre.

DEVENIR FRANCHISEUR

<https://www.axereseaux.com/devenir-franchiseur/>

- ↘ Audit de franchisabilité
- ↘ Méthodologie de conception de réseau
- ↘ DIP
- ↘ Manuel opératoire
- ↘ Géomarketing
- ↘ Modèle économique
- ↘ Marketing du concept
- ↘ Conseil en stratégie
- ↘ Conseil, en savoir-faire et innovation
- ↘ Conseil en organisation
- ↘ Conseil en animation
- ↘ Conseil en communication
- ↘ Export du concept
- ↘ Gestion des crises et conflits

DÉVELOPPER SA FRANCHISE

<https://www.axereseaux.com/développer-franchise/>

- ↘ Recrutement de franchisés
- ↘ Recherche de locaux commerciaux
- ↘ Sourcing candidats
- ↘ Supports de présentation
- ↘ Outils candidats
- ↘ Outils du réseau

Pour consulter l'ensemble de nos références, rdv sur :
www.axereseaux.com/references/

Et retrouvez sur notre site web de nombreuses ressources :

- Notre Blog, comprenant de nombreux articles de fond, des fiches fonctions et des actualités
- Notre Guide de la Franchise
- Notre Lexique de la Franchise
- Nos FAQ

Le marché du recrutement de franchisés :

<https://www.observatoiredefranchise.fr/statistiques/chiffres-cles.htm>

Connaissez-vous vos enjeux en tant que recruteur :

<https://www.pexels.com/fr-fr/@tima-miroshnichenko/>

Vous lancer c'est bien beau, mais avez-vous pensé à tout... ?

<https://www.supplychaininfo.eu/dossier-logistique/quels-differents-types-logistique/>

Sourcing : savez-vous à quels canaux vous vouer ?

<https://www.jobology.fr/blog/strategie-de-sourcing-definition-et-enjeux/>

A présent, comment sécuriser vos choix... ?

<https://journalmetro.com/entrepreneuriat/formation-et-emplois/1086538/comment-devenir-detective-prive/>

Saurez-vous imprimer votre rythme ?

<https://fr.besoccer.com/info/zidane-deja-deuxieme-meilleur-entraîneur-de-l-histoire-349065>

Cas clients

<https://www.bronso.be/blog/analyse/wat-is-een-case-study>

- Feuillette : Crédit photo Boulangerie Feuillette
- Point B : <https://point-b-aubervillier.business.site/>
- Les Menus Services : Crédit photo La Voix du Nord

Et si nous envisagions quelque chose ?

- Feuillette : Crédit photo Boulangerie Feuillette

A propos

Crédit photo Axe Réseaux

**Envie de
/Booster
/Bousculer
/Rebooter
votre recrutement ?**

300+ références qui ne doivent rien au hasard

contact@axereseaux.com

11 Rue de Beauvau
78000 Versailles, France
+33(0)1 30 21 78 69