Etes-vous prêt à faire un bon franchisé ?

1. La création d'entreprise

A Vous faites partie des Français qui en rêvent. À vous l'indépendance, la liberté et le pouvoir.

B Vous êtes un peu effrayé par le nombre de cessation d'activité, l'entrepreneuriat est une belle aventure à condition d'en maîtriser les risques.

C Vous êtes un bon vendeur, un bon commerçant, mais pas question de mettre votre patrimoine en péril.

2. L'enseigne

A C'est la principale clé de la réussite du commerce de détail moderne.

B Sa notoriété a des répercussions sur votre point de vente.

C Vous pensez qu'un magasin de proximité doit aussi proposer un choix de produits multimarques.

3. Le partenariat

A L'union fait la force, il est impensable de déroger à cette règle.

B Vous travaillez avec des partenaires, mais vous ne pouvez pas vous empêcher de vous en méfier.

C Des partenaires, oui, des décideurs non, vous êtes le seul maître à bord.

4. Les achats

A Pour vous, le choix des produits est crucial pour réaliser un bon chiffre d'affaires.

B Vous préférez déléguer cette mission à votre salarié de confiance.

C Vous achetez selon les conseils de vos fournisseurs. Après tout ils sont au courant des tendances.

5. Le concept

A Un point de vente doit être innovant et évoluer régulièrement. La qualité du concept est une clé de succès, sa duplication fidélise les clients.

B Vous préférez un magasin traditionnel bien organisé, original. Lorsque les clients sont habitués à un concept, il est inutile d'en changer.

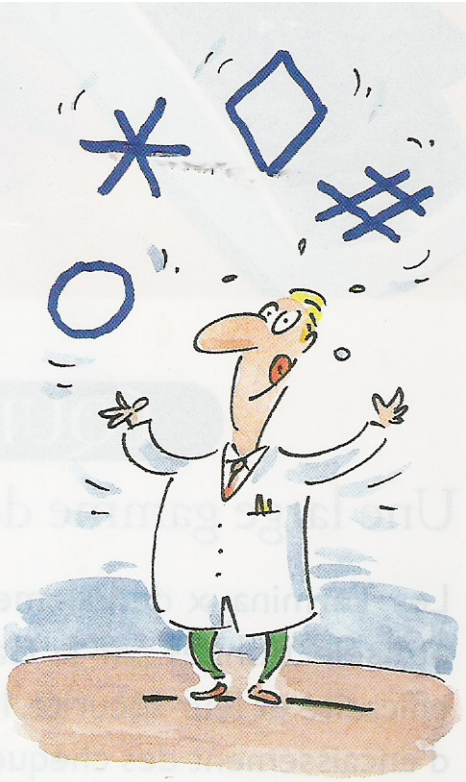
C Vous pensez que l'agencement d'un magasin doit être revu tous les 5 ou 6 ans.

6. Les investissements

A Vous n'investissez que lorsque vous ne pouvez pas faire autrement.

B Pour vous, dynamisme rime avec croissance, vous investissez tous azimuts.

C Avant d'investir, vous consultez votre expert-comptable et votre banquier.



7. La vie d'un réseau

A Pour vous, les réunions sont une perte de temps.

B Les commissions spécialisées (marketing, publicité, TIC, etc.) créées par les réseaux et ouvertes aux franchisés sont de véritables laboratoires d'idées.

C Les réunions pour partager les expériences sont pertinentes si, à leur issue, des décisions efficaces sont prises.

8. La publicité

A Les campagnes publicitaires nationales n'ont finalement que peu d'impact sur votre chiffre d'affaires.

B Ce qui fonctionne, ce sont les programmes de fidélisation et les mailings adressés.

C Publicité nationale, action locale, animation du commerce, pour vous la communication est inévitable.

9. La formation continue

A C'est essentiel, à condition d'avoir accès à une école spécialisée.

B Pour vous, un commerçant est avant tout un bon vendeur, proche de ses clients, le reste est anecdotique.

C L'ensemble du personnel, y compris le dirigeant, doit continuer à se former tout au long de sa carrière pour être au top.

10. Vos objectifs à long terme

A Vous souhaitez vous installer à votre compte pour travailler près de votre domicile et profiter de votre vie familiale.

B Rejoindre un réseau vous permettra de diriger plusieurs points de vente.

C Vous sentez qu'il sera plus facile de réussir en rejoignant une enseigne visionnaire et réaliste.

Résultats

Notez le nombre de symboles que vous donne chaque réponse.
Puis faites le total pour voir ceux qui reviennent en plus grand nombre.

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.
A	◊◊ ##	•• ◊◊	•• ◊◊ **	##	•• ◊◊	* #	##	##	• ◊ *	# # * *
B	* ••	**	# #	**	##	# ◊ •	•• ◊ *	• ◊ * #	##	•• ◊◊
C	** ◊	##	◊◊	•• ◊◊	*	• *	◊◊ •	•• ◊◊ **	◊ •	◊ *

Quel est votre profil ?

Vous avez une majorité de •

Soyez le franchisé idéal

Chef d'entreprise, vous aimez maîtriser la gestion de votre structure, vous entourer de conseils, travailler en équipe. Vous n'êtes pas un cow-boy solitaire. Vous préférez partager les fruits de votre expérience, échanger et suivre des directives qui ont fait leurs preuves. Vous croyez que le commerce de détail doit son salut à la franchise. Il est vital que vos clients reconnaissent votre enseigne et qu'ils la trouvent partout. En bon manager, vous pensez que vos vendeurs doivent se former, et vous estimez que vous n'êtes pas dispensé de cet effort. Vous avez des ressources, vous rêvez de diriger une multienseigne composée de plusieurs points de vente. Plus tard, vous deviendrez peut-être franchiseur, car vous avez le goût du réseau. Les commissions n'ont plus de secret pour vous.

Vous avez une majorité de *

Choisissez une autre forme d'organisation

Le commerce organisé c'est bien, mais la franchise n'a pas votre préférence. Vous n'aimez pas le risque, ni les investissements trop élevés. Vous tenez à ce que votre patrimoine personnel reste bien à l'écart de votre activité professionnelle. Vous devriez vous orienter vers un réseau développé en commission-affiliation. Vous pourrez exercer votre activité favorite, la vente, sans vous soucier des contraintes de gestion des stocks, des choix des produits, des tendances et des modes qui vous ennuient. La tête de réseau vous fournit l'assistance dont vous avez besoin pour réussir dans votre entreprise. Comme vous êtes travailleur et que vous souhaitez vivre en paix, cette formule devrait vous convenir.

Vous avez une majorité de ◊

Rejoignez un groupement de commerçants indépendants

Vous êtes résolument indépendant. Pas question de laisser un tiers s'immiscer dans votre entreprise. Vous avez choisi le commerce pour son dynamisme. Vous pensez que l'indépendance est une fin en soi. Néanmoins, comme vous êtes audacieux, vous pouvez rejoindre un groupement de commerçants indépendants où vous vous exprimerez et participerez aux décisions. La règle "un homme, une voix" des coopératives devrait vous convenir.

Vous avez une majorité de

Restez strictement indépendant

Vous avez le profil-type du commerçant indépendant. Vous préférez travailler seul. Vous aimez le pouvoir et vous souhaitez le garder. Pas question de partager votre expérience. D'ailleurs vous pensez que le succès commercial viendra de l'originalité de votre concept et de votre manière de gérer la relation client. Vous voulez gérer un point de vente de A à Z, car selon vous, l'intérêt du commerce de proximité provient aussi de la diversité des tâches.

Source : Guide des réseaux 2005 - commerce magazine - Hors série