

e-book



5 Coisas que você, empresário, precisa saber para gerenciar uma rede de franquias

Sumário

Saiba quais são:	03
1. Ter experiência em um negócio vencedor e lucrativo	04
2. Estudar, planejar e preparar sua empresa para o Franchising	07
3. Selecionar bem os seus franqueados	10
4. Monitoramento dos resultados das franquias.....	13
5. Inovação	15

Muito se fala sobre a compra de franquias, sobre franquias de sucesso, franquias baratas, franquias na área da alimentação, do vestuário e tantas outras. No entanto, a abordagem é na maioria das vezes direcionada à pessoas interessadas em adquirir uma franquia e quase nunca para o empresário que quer franquear seu negócio.

Por isso, neste e-book daremos 5 orientações importantes para você transformar sua empresa em uma rede de franquias. Saiba quais são:





1 - Ter experiência em um negócio vencedor e lucrativo

Antes de pensar em franquear sua marca, o empresário deve ter em mente que crescer por meio do sistema de franquia exige:

- a)** Ter experiência em seu setor de atuação, de no mínimo 3 a 5 anos -, preferencialmente em suas operações próprias;
- b)** Manter operações em diferentes locais e regiões, o que proporciona melhor entendimento sobre os diferentes perfis de consumidor e seus comportamentos (padrão financeiro, nível cultural, atitudes, preferências de consumo);

- c) Dominar todos os processos envolvidos na gestão de seu negócio: compra, venda, recursos humanos, marketing;
- d) Avaliar como a marca pode obter maior visibilidade e lucratividade ao expandir a empresa para uma franquia.

As questões mencionadas acima são a base para você começar a estudar a possibilidade de ampliar sua atuação no mercado utilizando o sistema de franquias.

Outro ponto fundamental para ser um franqueador é pensar se você tem o perfil adequado, tanto pessoal quanto de investimento, para tocar esse projeto.

Muitas vezes, o empresário, futuro franqueador, é extremamente centralizador e gosta de tomar decisões rápidas sem consultar outras pessoas de sua equipe - até mesmo porque várias empresas têm um quadro de pessoal bastante enxuto.

É preciso atentar para o fato de que no modelo de franquia, normalmente qualquer decisão deve ser pensada em conjunto, já que ela vai impactar operações em diferentes locais. Apesar da decisão e da estratégia a ser implementada serem de responsabilidade da franqueadora, é sempre melhor e compartilhar o processo decisório com a rede.

Esse formato colaborativo, muitas vezes, incomoda o líder centralizador, gestor da franqueadora. Nesse caso, é melhor expandir criando uma rede com formatos mais tradicionais de negócio, seja com sócios operadores ou com filiais, unidades próprias.





2 - Estudar, planejar e preparar sua empresa para o Franchising

Análise de Franqueabilidade

O quão “franqueável” é o meu negócio? Antes de pensar em expandir a sua marca por meio do sistema de franquias, o empreendedor deve avaliar se o seu negócio é franqueável, se é capaz de atrair interesse e ser repassado a unidades franqueadas. Neste momento, é importante analisar três fatores: Minha marca tem algum diferencial que possa ser competitivo no mercado? A franquia pode vir a ocupar novos espaços na área onde atuo? Quais as tendências do meu setor a médio prazo?

O estudo deve abranger ainda as finanças, o planejamento estratégico, o marketing, a possibilidade de transferência das rotinas de gestão e dos aspectos de controle de qualidade.

Plano de negócios

Nesta fase é feito um estudo que avalia o mercado e a empresa em seu estágio atual, objetivando conhecer se é recomendável utilizar o sistema de franquias para a expansão da marca e venda de seus produtos e serviços.

É definido o modelo de franquia e os padrões a serem adotados. São levantados os investimentos necessários à sua implantação e projetados os resultados dessa operação. A operação precisa ser rentável para o franqueador e para os futuros franqueados e a sua atratividade comparada a outros investimentos do mercado.

Esses dados são fundamentais para a definição do plano de expansão e a montagem da estratégia de abertura das unidades. Com base nos resultados obtidos, é nessa etapa que é avaliado o investimento que o franqueador precisará fazer e definida a estrutura da franqueadora para a gestão do sistema e oferecimento de suporte à rede: prazo de retorno do capital investido, taxa de fran-

quia, dos royalties, fundo de propaganda e demais taxas a serem cobradas dos franqueados.

Com esses dados em mãos, elabora-se o Plano de Expansão - de acordo com o perfil do negócio e as características do mercado de atuação -, e define-se o perfil do franqueado que irá operar as unidades.

Passo a passo para a formatação de franquias





3 - Selecionar bem os seus franqueados

Um dos segredos de sucesso de uma rede de franquias está na maneira assertiva de selecionar seus parceiros franqueados.

Avaliar de forma profissional seguindo as boas práticas de mercado trará à marca franqueados engajados que poderão fazer com que você e eles alcancem os resultados planejados.

Um bom processo de seleção deve levar em conta a análise de candidatos a franqueados com perfis adequados

às atividades que irão exercer em sua operação; desde o perfil pessoal: idade, experiências anteriores, conhecimentos adquiridos e habilidades naturais; como também o perfil financeiro e a capacidade de investimento.

As ferramentas que a franqueadora irá utilizar para esse processo podem ser, por exemplo, questionários, entrevistas, análises de perfil com técnicas como a DISC e até entrevistas com psicólogos.

Lembre-se de que a relação entre franqueado e franqueador é, normalmente, uma relação de longo prazo.

E a preocupação com o processo seletivo dos franqueados é importante, já que a partir daí é que será construído o alicerce para o crescimento sustentado da marca e da rede de franquia.



Ao mesmo tempo, é preciso levar em conta, nesse momento de seleção, que ambos os lados estão na verdade se conhecendo e se avaliando. Esse é, portanto, o momento certo para alinhar as expectativas de cada um, bem como os resultados esperados.

O mais importante é perceber que, na maioria das vezes, o candidato a franqueado nunca tocou um negócio próprio. É preciso, então, entender esse momento e mostrar para ele os benefícios de adquirir a sua franquia e o papel que cabe a ele nessa jornada, tanto no processo de implantação do negócio bem como no dia a dia da operação. Deixe claro que o comprometimento dele com a franquia é fundamental para construir o caminho de sucesso.

Cada franquia tem o seu processo de seleção de franqueados, mas lembramos que esse não pode ser um processo acelerado, com objetivo apenas de abrir novas franquias e cumprir metas de venda, em detrimento da qualidade de seus parceiros. Escolher e selecionar bem facilita posteriormente a gestão da rede.

Por outro lado, o candidato a franqueado deve estar ciente de que não se trata da compra de um emprego. A decisão de abrir uma franquia, na verdade, afetará os próximos anos de sua vida e deve ser encarada como um projeto de vida.



4 - Monitoramento dos resultados das franquias

Em uma operação de franquia, a constante troca de informações entre a rede e seus franqueados é parte importante do negócio.

O monitoramento de resultados, feito pelo franqueador, é uma missão quase que diária. Envolve a troca de mensagens, por meio de aplicativos e inclui visitas in loco, nas unidades, para supervisão e troca de experiência e ideias entre as partes.

É muito importante que o franqueador defina metas de curto, médio e longo prazo para cada unidade franqueada.

E para definir essas metas, é necessário que o franqueador adote uma metodologia de recebimento e tratamento de dados de cada franqueado. É o que chamamos de Business Intelligence ou BI – termo que em português significa Inteligência de Negócios. BI nada mais é que um processo de coleta, organização, análise e monitoramento de dados das franquias; prática de gestão que trabalha com informações, recomendada para tomadas de decisão mais assertivas.

Uma das vantagens de uma rede de franquias é a possibilidade que se tem de comparar o desempenho das unidades franqueadas entre si, o que proporciona análises e experiências diversas, que podem ser convertidas em resultados para todos: franqueador e franqueados.

Além da coleta de dados, faz parte desse monitoramento também a avaliação do desempenho da equipe de funcionários da franquia que cuida da venda e atendimento, propondo, quando necessário, retreinamento de pessoal ou até mesmo troca do time de colaboradores do franqueado.



5 - Inovação

Uma das missões do franqueador é planejar e cuidar da correta implementação da estratégia traçada, a fim de que ele consiga maior visibilidade da marca e mantenha um crescimento sustentável do negócio, ao longo dos anos.

O franqueado - e sua unidade franqueada -, atua, por sua vez, como um dos polos de desenvolvimento da estratégia proposta. O correto é dizer que o franqueador cuida da estratégia do negócio e o franqueado cuida da execução da estratégia.

O importante é não haver inversão desses papéis, o que é comum de acontecer., Cada um deve tomar conta de suas atribuições; por exemplo, o franqueador cuida da inovação, da criação de novos produtos e serviços, enquanto o franqueado dedica-se à venda desses produtos e serviços.

Portanto, o franqueador cuida do aperfeiçoamento e renovação constantes da marca. E para que isso aconteça com fluidez e de forma natural, ele deve incentivar a inovação dentro de sua organização.

Deve estar antenado às novas tendências e buscar conhecimentos, além de capacitar seus colaboradores para que possam atuar com criatividade e cooperação.

Ou seja, é preciso estimular o empreendedorismo inovador, articulando o que há de melhor no ambiente e nas pessoas a fim de ampliar os bons resultados.

Inovar é um processo complexo que precisa ser incorporado ao DNA da rede, e quando tratado como parte importante da sobrevivência do negócio, garante a longevidade da marca e da rede de franquias.

