

e-book

Como vender franquias, na prática



SEBRAE

Sumário

Valide o seu plano de expansão	04
Tenha um plano de mídia específico para a geração de <i>leads</i> de franquia.....	06
Elabore um plano de mídia digital	08
Invista no atendimento aos interessados.....	14

Sou empresário e formatei meu projeto de franquias. E agora? Como sair do planejamento para a execução? Esse é um cenário muito comum no sistema de franquias. Nesse caderno, trataremos de forma prática e didática os vários caminhos para prospectar potenciais clientes e vender franquias.

Existem várias estratégias de marketing que podem ser usadas para divulgar a venda de franquias, mas antes de iniciar é importante planejar para implementar estratégias realmente eficazes, que gerem maior resultado com menor investimento de tempo e recursos financeiros.





Valide o seu plano de expansão

Antes de partir para o planejamento é importante ter um plano de expansão. Na prática, quero implantar minhas unidades franqueadas?

O modelo clássico de expansão é o “espiral”.

A expansão de uma rede de franquias em espiral é uma estratégia que consiste em expandir de forma gradativa, partindo de uma unidade-piloto e criando novas unidades em regiões próximas à unidade original, criando uma espiral de unidades que se expandem em um ritmo constante.

Uma das vantagens dessa estratégia é que ela permite que a empresa tenha um controle mais próximo da expansão da rede de franquias, mantendo relação próxima com os franqueados e garantindo que a rede cresça de forma sustentável. Além disso, a expansão em espiral pode ajudar a franqueadora a identificar os pontos fortes e fracos do modelo de negócios e a realizar ajustes necessários antes de expandir para outras regiões.

No entanto, a expansão em espiral também pode levar mais tempo para atingir um número significativo de unidades, o que pode afetar o ritmo de crescimento da rede de franquias.

O ideal é adotar o modelo espiral sem desistir de avaliar oportunidades em outras regiões potenciais, com candidatos igualmente potenciais.

Definir bem a estratégia potencializa as ações de marketing, principalmente as digitais, uma vez que se pode eleger público-alvo e locais com mais precisão.





Tenha um plano de mídia específico para a geração de *leads* de franquia

Um plano de mídia é um documento estratégico que detalha como a franqueadora irá utilizar diferentes meios de comunicação para atingir seus objetivos de venda de franquias. O plano de mídia é desenvolvido a partir da análise do público-alvo, dos objetivos de marketing e publicidade, do orçamento e dos diferentes meios de comunicação disponíveis.

O plano de mídia pode incluir a seleção de canais de mídia como televisão, rádio, jornais, revistas, internet e mídias sociais, bem como a alocação de orçamento e a de-

finalização do cronograma de veiculação de anúncios. Além disso, o plano de mídia pode incluir a definição de métricas de desempenho para avaliar o impacto das ações de publicidade e marketing.

Em resumo, o plano de mídia é uma estratégia que visa a maximizar o alcance e o impacto das mensagens publicitárias, levando em conta os recursos disponíveis e as necessidades e expectativas do público-alvo.





Elabore um plano de mídia digital



a) Defina seus objetivos de marketing:

Antes de começar a criar um plano de mídia digital, é importante definir seus objetivos de marketing e publicidade. Você pode querer aumentar o tráfego para o seu site, gerar *leads*, aumentar as vendas ou a visibilidade da sua marca, por exemplo



b) Conheça o seu público-alvo:

Para criar um plano de mídia eficaz, é importante conhecer o seu público-alvo. Defina quem é o seu público, quais são seus interesses, hábitos e necessidades.



c) Escolha as plataformas digitais:

Com base nas informações do público-alvo, selecione as plataformas digitais que são mais adequadas para alcançá-lo. Considere as mídias sociais, anúncios em mecanismos de busca, publicidade em vídeo, anúncios em mídia programática e outros canais digitais.



d) Defina o orçamento:

Determine quanto dinheiro você está disposto a investir no plano de mídia digital. Isso ajudará a orientar suas escolhas de plataformas e a definir a frequência e o alcance de suas campanhas.



e) Crie conteúdo:

Desenvolva conteúdo relevante e atraente que seja adequado para cada uma das plataformas escolhidas. Considere usar diferentes formatos de conteúdo, como imagens, vídeos, infográficos, artigos e outros tipos de conteúdo.



f) Estabeleça o cronograma:

Defina o cronograma para a execução das campanhas de publicidade digital. Considere o tempo necessário para criar o conteúdo, aprovação e revisão, bem como a frequência de publicação e veiculação de anúncios.



g) Measure os resultados:

Defina as métricas que serão utilizadas para medir o sucesso de sua campanha de mídia digital. Isso pode incluir métricas como tráfego do site, conversões, alcance, engajamento e retorno sobre o investimento.



h) Ajuste a estratégia:

Analise regularmente os resultados de suas campanhas de mídia digital e faça ajustes na estratégia, conforme necessário. Isso ajudará a otimizar o desempenho de suas campanhas e maximizar o ROI.



Aqui estão algumas ideias para a execução:

Anuncie on-line:

Use plataformas de publicidade on-line, como o Google Ads e as redes sociais, para promover sua franquia.

Anuncie nas redes sociais:

Use plataformas como Facebook, Instagram e LinkedIn para anunciar a venda da sua franquia. As redes sociais são ótimas para alcançar um grande número de pessoas em um curto espaço de tempo.

Você pode criar anúncios segmentados para alcançar pessoas que estejam interessadas em investir em franquias de acordo com o plano de expansão

Crie um site dedicado à venda da franquia (landing-page):

Crie um site específico para a venda da sua franquia. Isso permitirá que os interessados em investir possam obter mais informações sobre o negócio e o processo de investimento. Certifique-se de que o site seja otimizado para mecanismos de pesquisa para que as pessoas possam encontrá-lo facilmente.

Participe de feiras de franquias:

As feiras de franquias são eventos onde empreendedores e investidores se reúnem para conhecer e investir em franquias. Participar desses eventos pode ser uma ótima maneira de divulgar a venda da sua franquia e conhecer potenciais compradores.

Publique anúncios em revistas especializadas:

As revistas especializadas em franchising são lidas por empreendedores e investidores que estão procurando oportunidades de investimento. Publicar um anúncio nessas revistas pode ajudar a atrair compradores em potencial.

Entre em contato com a imprensa:

Entre em contato com jornalistas e blogueiros que escrevem sobre franquias e peça que eles escrevam um artigo sobre a sua franquia. Isso pode ajudar a aumentar a visibilidade da sua marca e atrair compradores em potencial.



Use o marketing boca a boca:

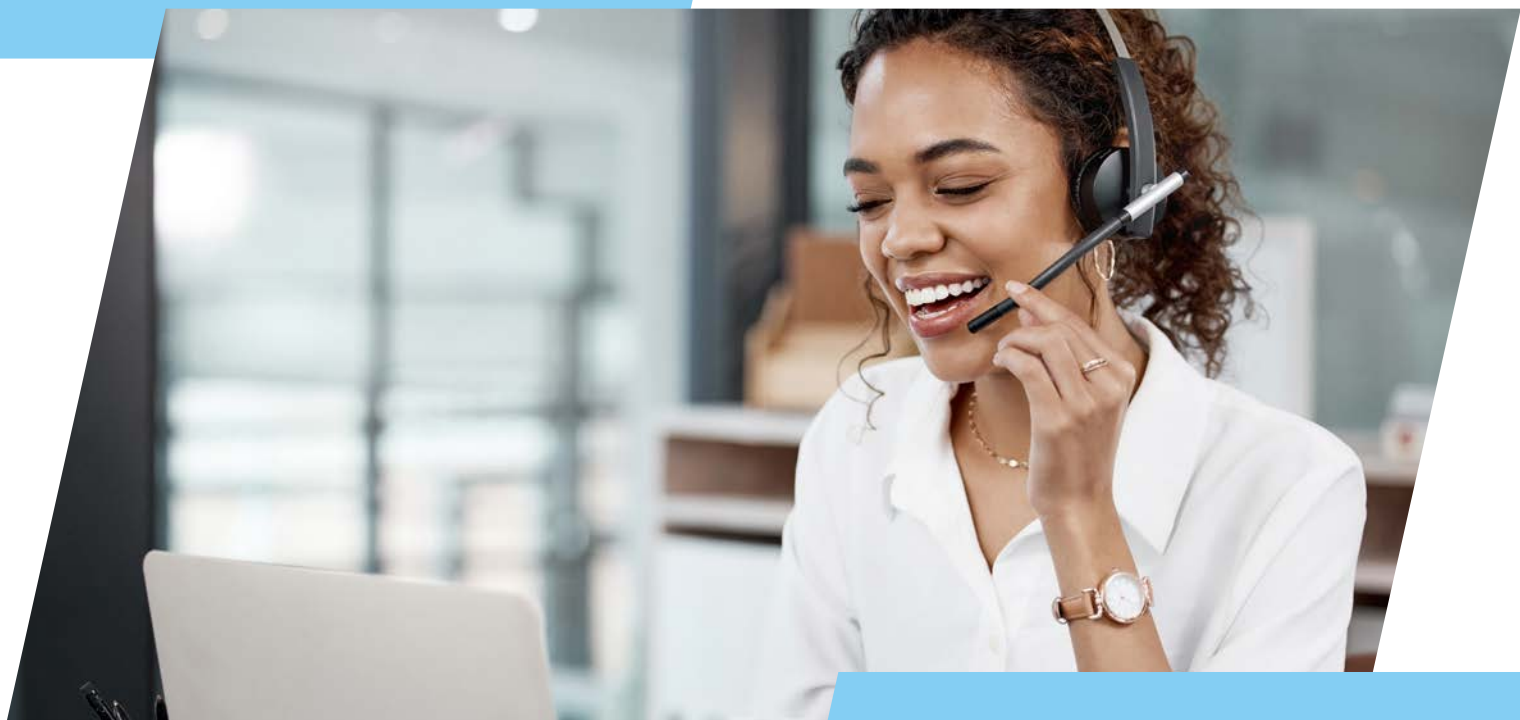
O marketing boca a boca é uma forma poderosa de divulgar a venda da sua franquia. Peça aos seus franqueados existentes que indiquem possíveis compradores em potencial. Eles podem ter amigos ou conhecidos que estejam procurando uma oportunidade de investimento.

Lembre-se de que a divulgação da venda de franquias requer tempo e esforço. Use várias estratégias de marketing para alcançar um público mais amplo e trabalhe com profissionais de marketing para ajudar a criar uma estratégia de marketing eficaz.

Contrate uma empresa de seleção e venda de franquia:

Se você não se sente confortável em vender a franquia sozinho, considere contratar um especialista em franquia ou uma empresa terceirizada. Eles podem ajudá-lo a encontrar compradores em potencial e orientá-lo no processo de venda, além de trazer experiência na seleção dos franqueados com o perfil adequado à sua franquia.

Lembre-se de que vender uma franquia pode levar tempo e demandar esforço, mas com uma estratégia de marketing sólida e um pouco de paciência, você encontrará o comprador certo para sua franquia



Invista no atendimento aos interessados

Aqui estão algumas dicas sobre como deve ser o processo de atendimento a interessados em investir em franquias:

Primeiro contato:

O primeiro passo é receber o contato do interessado, que pode ser feito por telefone, e-mail, formulário de contato no site da empresa, entre outros. A forma como é atendido nesse primeiro contato pode fazer toda a diferença na hora da decisão por investir nessa franquia. Tudo será avaliado pelo candidato: tempo de resposta, forma e clareza das informações e até mesmo o profissional que está cuidando desse processo.

Identificar o perfil do interessado:

Descubra suas motivações, experiências profissionais e interesses. Isso ajudará a franqueadora a entender se o candidato é adequado para a rede.

Fornecer informações:

Seja claro sobre o modelo de negócio, o investimento necessário, as taxas e *royalties*, o suporte oferecido, entre outros detalhes relevantes.

Agendar uma reunião:

Se o interessado continuar interessado após a primeira conversa, é importante agendar uma reunião presencial ou on-line para discutir os detalhes da franquia com mais profundidade.

Realizar a apresentação da franquia:

Destaque os pontos fortes, diferenciais, suporte oferecido, entre outros aspectos relevantes.

Esclarecer dúvidas e responder questionamentos:

Isso ajudará a garantir que o candidato entenda completamente o modelo de negócios da franquia.

Realizar a avaliação do candidato:

Determine se ele tem o perfil adequado para a rede.

Oferecer o suporte necessário:

É importante oferecer treinamentos, assessoria na escolha do ponto comercial, apoio na negociação de contratos, entre outros aspectos relevantes.

Acompanhar o processo de conversão:

Por fim, é importante acompanhar o processo de conversão do interessado em franqueado, garantindo que todas as etapas sejam realizadas corretamente e que o franqueado esteja preparado para iniciar suas atividades na rede de franquias.



