

Franchiseur/-euse

Nature des tâches

Leurs connaissances spécifiques, leurs compétences et leurs habitudes ont permis aux franchiseurs et aux franchiseuses de se spécialiser et de faire leurs preuves dans la résolution d'un certain type de problème pour un groupe cible déterminé. Ils ont ainsi mis au point un produit ou un service comme par exemple une école de langue (Inlingua ou Berlitz), un restaurant (Möwenpick) ou un centre de sport (KieserTraining). Les franchiseurs garantissent la qualité et la commerciabilité de leur produit. Ils persuadent des personnes qui souhaitent avoir une activité autonome mais n'ont ni le temps ni les moyens (ni même parfois les idées) de mettre au point leur propre produit. Ils sont prêts à laisser d'autres personnes (le franchisé), moyennant un dédommagement, commercialiser le produit. C'est ainsi que naît une collaboration à long terme entre les deux parties (le franchiseur et le franchisé) dont celles-ci profitent économiquement tout autant que personnellement.

Conditions d'admission

On peut arriver à ce métier par différentes voies. Un apprentissage dans le domaine de l'artisanat ou une formation commerciale (ou les deux) constituent un avantage certain.

Le besoin d'autonomie, la capacité à identifier des problèmes, l'inventivité, la conscience de ses propres qualités, une bonne vue d'ensemble, l'acceptation d'une formation continue permanente, de bonnes capacités commerciales, un certain flair pour l'évolution du marché, le sens de l'engagement (l'argent n'est pas tout), la capacité à définir des priorités et des qualités de dirigeant sont des atouts importants.

Formation

Autodidacte la plupart du temps ; l'appartenance à un réseau de franchise (acquisition d'un savoir grâce à des manuels, des cours) et l'étude de publications de franchiseurs à succès sont une aide appréciable. L'apprentissage de stratégies ou les séminaires de méthodique du travail ont fait leurs preuves.

Perspectives

Voir les franchisés de plus en plus nombreux rejoindre le réseau grâce à un discours persuasif et au succès de la chaîne ; voir l'idée se répandre par le biais de publications et d'interviews ; ouvrir un centre de formation propre à l'entreprise pour toutes les personnes intéressées ; voir des personnalités publiques de la recherche, des sports, de la politique, des leaders du marché national et international adhérer au concept.