



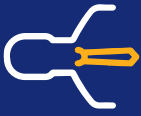
10
COMMANDEMENTS
pour réussir le choix
de sa franchise

FRANCHISÉ
NORAUTO,
NATURELLEMENT

Norauto

COMMANDEMENT N°1

Les 3 critères essentiels pour trouver rapidement la bonne franchise, tu définiras.



Trois facteurs doivent être étudiés pour maximiser la compatibilité entre le candidat et un concept de franchise :

1 Compétences

Elles définissent les secteurs dans lesquels le candidat dispose de compétences naturelles pour réussir.

2 Appétences

Où le porteur de projet se sent-il attiré ou ne souhaite-il pas s'engager ?

3 Exigences

Elles définissent toutes les contraintes liées à la qualité de vie et aux aspects financiers que le candidat doit respecter.

De même : souhaite-t-il vendre sa franchise ? La transmettre à ses enfants ?...

Tous ces éléments doivent être interfacés avec les concepts de franchise, pour démarrer votre processus de choix.

Chez Norauto, nous travaillons sur la base d'un **questionnaire de personnalité** qui permet de dresser précisément votre profil d'entrepreneur. Les résultats sont confrontés à ce que nous savons être les traits de caractères clés pour réussir avec notre enseigne. Nous savons que ces paramètres sont déterminants pour votre succès et nous avons autant que vous besoin de votre réussite. En rejoignant une enseigne, vous profitez de son **savoir-faire**. N'oubliez pas qu'elle gagne aussi un **partenaire de qualité** et vous êtes, à ce titre en droit de la sélectionner !

COMMANDEMENT N°2

Les 7 sujets fondamentaux pour choisir la meilleure franchise, tu maîtriseras.



Lorsque vous « achetez » une franchise l'enjeu est **aussi important que l'achat d'une maison**. La prudence et la réflexion est de mise sur ces 7 sujets fondamentaux...

1 La connaissance

du candidat lui-même : Ses aptitudes, ses compétences, ses exigences personnelles et financières.

2 L'analyse de « franchisabilité » d'un concept : Il faut savoir faire une analyse rapide pour se forger une opinion sur le potentiel de succès du concept dans la durée.

3 L'évaluation du potentiel de succès d'un concept ou de son adaptation à un marché.

4 Les valeurs humaines :

La personnalité de ses dirigeants, des équipes en place.

5 Le financier :

Analyse des liasses fiscales et décriptages des comptes d'exploitations financiers et analytiques, comparaisons à périmètres constants...

6 L'emplacement :

Avec son lot de notions juridiques et économiques apparemment simples, mais potentiellement explosives : fonds de commerce, pas de porte, droit au bail, article 606...

7 Le juridique : Analyse du contrat de franchise, du document d'information précontractuel, du contrat de réservation...

Norauto fait le maximum pour renseigner au mieux les candidats sur ces sujets car nous savons qu'ils sont indispensables pour prendre une décision « d'achat » éclairée !



COMMANDEMENT N°3

Les 5 thèmes universels pour évaluer un concept, tu utiliseras.

Pour prendre une décision de façon éclairée, le candidat doit pouvoir disséquer chaque concept et évaluer leur pertinence.

1 Le positionnement stratégique de l'enseigne :

Ce positionnement est-il pertinent par rapport aux facteurs clés de succès sur le marché ? Les éléments du concept sont-ils cohérents par rapport au positionnement ?

2 **Les aspects marketing et commerciaux** : Quel est le plan marketing annuel du concept, ses méthodes de ventes ?

3 **Les aspects ressources humaines et management** :

Ce qui fera réussir votre point de vente, ce n'est pas la beauté des plaquettes qui vous sont remises, mais bien la puissance du concept. Le commerce est de plus en plus sophistiqué et la concurrence de plus en plus forte. Nous sommes conscients. C'est la raison pour laquelle, nous investissons chaque année une part importante de notre budget pour renforcer nos fondamentaux et nous maintenir comme les leaders du marché.

Les profils nécessaires pour exploiter le concept sont-ils définis ? Existe-il une marque employeur solide ? des parcours de formation ?...

4 **Les aspects juridiques et financiers** : L'activité est-elle génératrice de BFR ? de marge ? Quelle est la rentabilité de l'enseigne ?

5 **Les aspects opérationnels et process** : Les outils informatiques ? La formalisation des processus de travail ?



COMMANDEMENT N°4

Les 4 occasions clés pour obtenir les informations sur un réseau, tu exploiteras.

Obtenir des informations fiables sur les réseaux est déterminant pour faire votre choix d'investissement sur un réseau de franchise. Vous devrez avant tout identifier les quatre étapes clés pour poser vos questions, et ne pas paraître « éternel indécis » et ainsi perdre votre crédibilité d'entrepreneur.

1 **Le premier entretien** physique avec le franchiseur

2 **L'entretien de motivation** avec le franchiseur

3 **Le stage d'immersion** sur le terrain

4 **La phase de négociation** contractuelle avec le franchiseur

Des types de questions précises sont attendus à chacune de ces étapes. Savoir calibrer vos questions vous permet de cette façon de mieux négocier vos conditions contractuelles par la suite. Avec notre expérience et celle de nos conseillers, nous savons quelles sont les réponses indispensables pour que vous puissiez avancer. Nous nous assurons de ne retenir aucune information qui pourrait être utile à notre candidat. Nous prenons surtout la peine de lui expliquer, quand il ne semble pas percevoir l'importance d'une information, quel en sera l'impact dans son exploitation. N'oubliez pas que vos potentiels franchiseurs sont votre principale source d'information ! A vous de sélectionner des enseignes qui sont conscientes de cette réalité.



COMMANDEMENT N°5

Les 4 domaines pour choisir sa franchise comme un pro, tu connaîtras.

Dans chaque secteur, les franchiseurs utilisent un **langage spécifique** afin d'être en conformité avec les lois qui régissent le commerce organisé (termes, directives, procédures...). Pour mettre toutes les chances de votre côté, documentez-vous sur les termes fréquemment utilisés dans le domaine de la franchise, en particulier dans ces domaines :

- 1 Le juridique de la franchise :** Notamment à travers les documents contractuels de la franchise comme le document d'information précontractuel, le contrat de réservation...
- 2 Les aspects financiers :** Le prévisionnel financier, les simulateurs de rentabilité
- 3 Les aspects immobiliers :** A travers les documents juridiques liés aux emplois commerciaux tels que les compromis de vente, les baux commerciaux.

Choisir une franchise nécessitera que vous touchiez absolument à tous les aspects du montage d'un projet. Pour cette raison, chez Norauto, nous accompagnons chaque candidat à chaque étape, et nous travaillons main dans la main. Depuis la recherche du local jusqu'au lancement de son unité, nous y investissons notre temps comme si le projet était le nôtre. Pour les aspects financiers, nous leur fournissons tous les ratios d'activité leur permettant d'avoir une parfaite visibilité sur la rentabilité de leur projet avant de s'engager. Quelle que soit l'enseigne avec laquelle vous vous lancez, vous devrez avoir cette exigence morale et financière. En devenant votre propre patron, vous rentrez dans la catégorie de ceux qui se doivent être très pointus tout en étant capable de tout comprendre.



COMMANDEMENT N°6

Les 5 étapes efficaces pour choisir les meilleurs coéquipiers pour ton succès en franchise, tu utiliseras.

Si vous souhaitez avoir recours à un conseil extérieur, il est déterminant de connaître les bons interlocuteurs et leurs domaines de compétences selon la problématique à traiter. Les titres indiqués sur les cartes de visites ne suffisent pas toujours... Pour y parvenir, vous devez :

- 1 Dresser une liste d'intervenants** dans le secteur dans lequel vous devez vous faire accompagner. Faire cette liste sans à priori ou jugements.
- 2 Chercher les références** de chacun des intervenants en visitant leur site internet ou en les interviewant directement.
- 3 Analyser l'historique des missions** qu'il a pu mener par le passé et les hiérarchiser en fonction de la proximité entre les missions traitées et votre cas particulier.
- 4 Faire une analyse des tarifs** de chacun, non pas pour aller vers le moins cher, mais vous assurer de faire un choix qui reste dans la fourchette de votre budget.
- 5 Prendre votre décision** à partir de ce pool d'informations documenté et surtout customisé par rapport à votre situation spécifique.

Le recours à des conseils extérieurs apporte toujours un plus. La rentabilité est un des points essentiels pour le succès de votre projet. Vous allez y investir une part substantielle de vos économies. Toutes les mesures doivent être prises pour que votre projet soit un succès.



COMMANDEMENT N°7

Sur les 4 leviers pour impressionner ton franchiseur, tu capitaliseras.

Pour pouvoir acheter votre franchise, vous devez passer à travers des **processus** plus ou moins **formalisés** selon les enseignes. Ceci est déterminant pour que le franchiseur identifie en vous la **capacité entrepreneuriale** et la valeur ajoutée potentielle pour son réseau.

1 Les validations de motivation : Pourquoi vous intéressez-vous à la franchise, son secteur d'activité ? Quelles sont les enseignes qui vous intéressent ? A quel stade de maturité de projet êtes-vous ?

2 Les vérifications d'aptitudes professionnelles : Quelles sont vos expériences précédentes ? Les compétences acquises ?

Quelle aptitude à acquérir de nouvelles compétences ?

3 Les validations de conditions financières : Quel est votre apport personnel ? Le délai de mobilisation de cet apport ? Quel est votre surface patrimoniale ? Quelles sont vos capacités d'emprunt ?

4 Les évaluations de personnalité : Quelle est votre ADN d'entrepreneur ? Quelles sont vos aptitudes de travail en équipe ?

Chaque franchiseur a des règles différentes, mais souvent les plus sélectifs sont ceux les meilleurs... Vous devez toujours demander au franchiseur ce qu'il pense sincèrement de votre candidature. Chez Norauto, nous tâchons de faire le **feedback** le plus **fidèle** possible au candidat. Nous vous invitons à être tout aussi **exigent** auprès des enseignes que vous pourriez étudier.



COMMANDEMENT N°8

Des 4 incontournables pour ton équipe de candidat franchisé, tu t'entoureras.

Dans le montage de votre projet, certains corps professionnels s'avèrent plus souvent utiles que d'autres :

- 1 L'expert-comptable :** Il vous aide à déchiffrer les données proposées par le franchiseur et surtout, vous accompagne dans la réalisation de votre business plan.
- 2 L'avocat :** Expert du droit de la distribution, il connaît toutes les turpitudes des contrats commerciaux. Il connaît surtout comment se traitent les litiges aux tribunaux et peut dans cette perspective apprécier au plus juste la pertinence des clauses du contrat.
- 3 L'agent immobilier :** Il sera celui qui vous aidera à savoir ce que vous pouvez espérer trouver sur un territoire donné et à quelles conditions. Le franchiseur devra vous fournir des indications précises sur le type d'emplacement à rechercher.
- 4 Le courtier en financements professionnels :** Homme de chiffre et de réseaux relationnels, il intervient pour obtenir vos financements professionnels.

Quelles que soient les enseignes que vous étudiez, préparez-vous à **travailler en équipe**. Dans cette perspective, le franchiseur doit être un de vos plus solides alliés et vous êtes en droit d'avoir la plus haute exigence vis-à-vis de lui. Chez Norauto, nous sommes conscients de la complexité de cette étape. C'est pourquoi, nous accompagnons nos candidats tout au long du montage du dossier. Un grand projet se construit très difficilement tout seul, le travail est tellement plus facile en équipe.

COMMANDEMENT N°9

Les 2 indices infailibles pour débiter les franchises les plus rentables, tu détermi-neras.



Le franchiseur a le devoir de vous transmettre toutes informations sur la rentabilité de l'enseigne. Malheureusement, en raison de la diversité des réseaux, ces éléments peuvent donner lieu à des interprétations parfois erronées. Deux informations sont à analyser particulièrement pour évaluer ces performances :

- 1 L'indice de représentativité :** Cet indice permet de déterminer combien de points de ventes du concept sont exploités sous le format de concept envisagé. L'objectif étant de déterminer si le format de concept envisagé est suffisamment éprouvé dans le réseau ou si vous serez un cobaye.
- 2 L'indice de fidélité :** Il permet de déterminer pour un nombre de points de vente dans le réseau exploitant, le format de concept envisagé, quels sont ceux qui produisent des résultats similaires à ceux du modèle.

En croisant ces deux indices, vous avez tous les éléments pour porter une appréciation pertinente sur votre capacité à dupliquer les résultats « théoriques » du modèle franchiseur. Chez Norauto, le nombre d'unités sous notre enseignement nous a permis, par élaboration des moyennes, de déterminer les ratios du réseau. De ce fait, les chiffres transmis aux candidats ne sont jamais des extrapolations des meilleures unités du réseau. De même, notre expérience dans le métier nous a permis d'acquiescer le savoir-faire nécessaire pour analyser le potentiel de succès et la viabilité d'un projet. Avec cette connaissance, nous sommes en mesure de vous présenter les opportunités qui répondent à vos impératifs de pérennité et de rentabilité.

COMMANDEMENT N°10

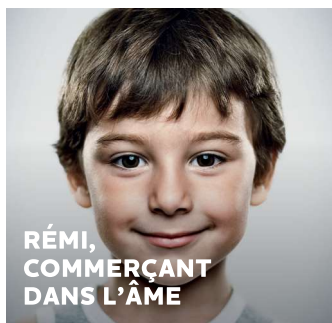
Les 4 informations santé de chaque réseau de franchise, tu chercheras.



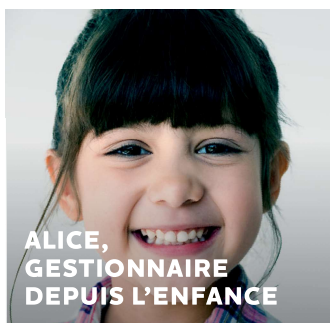
Pour un œil non exercé, une franchise pourrait avoir fière allure en apparence. Mais qu'en est-il sous la surface ? La loi Doubin a justement été mise en place pour obliger les franchiseurs à communiquer un certain nombre d'informations :

- 1 La liste des entreprises,** soit la liste des potentielles autres entreprises que vous pourrez par la suite interroger pour compléter vos informations.
- 2 L'adresse des entreprises établies** en France avec la date de conclusion ou de renouvellement de ces contrats est précisée.
- 3 Le nombre d'entreprises qui ont cessé de faire partie**
- 4 S'il y a lieu, la présence, dans la zone d'activité de l'implantation** prévue par le contrat proposé, de tout établissement dans lequel sont offerts. Cette information vous indique la véritable substance de l'exclusivité qui vous sera accordée.

Identifier ces premières informations est un bon départ. Mais beaucoup d'éléments n'ont pas l'obligation d'être divulgués. Pour cette raison, vous devez **poser toutes les questions** qui vous paraissent utiles pour vous faire une opinion sur la situation actuelle et future du réseau. A ce titre, il n'y a pas de « mauvaise question » ou de question « trop indiscrette ». Chez Norauto, pour éviter ce type de situation dans laquelle le candidat se trouve lésé, la liste des franchiseurs est donnée dès la première étape de recrutement.



**RÉMI,
COMMERÇANT
DANS L'ÂME**



**ALICE,
GESTIONNAIRE
DEPUIS L'ENFANCE**



**DAVID,
MANAGER DÈS
SES PREMIERS PAS**



**PIERRE,
ENTREPRENEUR
DEPUIS 1988**

les **en**chanteurs - mcs, l'le e pas ses 4es

Rejoignons-nous sur
www.norauto-franchise.com



**FRANCHISÉ
NORAUTO,
NATURELLEMENT**

Norauto