Pourquoi tester son concept de franchise ?

Vous l’avez, c’est LE concept de l’année qui va cartonner, vous en êtes certains. Malheureusement ce que l’on croit n’est pas toujours ce qui se passe réellement. Peut-être que votre idée sera véritablement un succès, mais pour en être sûr il va falloir tester votre concept.

# Pour s’assurer de la valeur ajoutée de son concept

Pourquoi les entrepreneurs vont-ils investir dans votre enseigne et vous verser des royalties si finalement vous ne leur apportez rien de plus, si ce n’est des contraintes, que ce qu’ils pourront avoir en s’implantant de manière indépendante ? Et oui, pour espérer vendre vos franchises, votre projet doit rassembler les éléments suivants :

* Etre original : vous aurez peu de chances de percer dans des secteurs très concurrentiels si vous n’apportez rien de nouveau ;
* Etre centré autour d’un véritable savoir-faire : si vous n’apportez rien en termes de méthodes de travail, quel est l’intérêt de rejoindre votre réseau ? Et ce savoir-faire, ce n’est qu’avec de l’expérience que vous pourrez l’acquérir.
* Avoir de la notoriété : pas besoin de s’appeler Mc Donald’s pour se lancer en franchise, mais il faut avoir un minimum de notoriété. Ce qui va surtout intéresser les futurs franchiseurs est l’intérêt qu’aura la clientèle pour telle ou telle enseigne. Vous devez donc vous faire un nom et avoir une enseigne possédant des signes distinctifs.
* Etre déclinable dans d’autres villes.

# Pour montrer la réussite de votre concept

Qui pourra croire au succès des franchises que vous proposez si votre concept n’a jamais été testé ? En utilisant votre unité pilote comme un exemple de réussite, vous crédibilisez votre projet, tant aux yeux des candidats que des organismes de financement. Investissez-vous donc à fond dans ce magasin pour avoir les meilleurs chiffres et lui permettre de refléter au maximum le succès de votre concept.

# Pour améliorer votre concept

Et oui, aussi bonne soit elle, votre idée de concept aura sans doute besoin d’être améliorée au fil du temps pour s’adapter à certains critères que vous n’aviez pas pris en compte, à des contraintes imposées par le marché auxquelles vous n’aviez pas pensé, etc. Avec une unité pilote, vous pouvez affiner votre projet avant de le proposer en franchise. Avec une unité pilote, vous pouvez à la fois tester votre nom, votre emplacement, vos produits et votre communication. Si l’un ou l’autre de ces éléments vient à poser problèmes, vous pouvez rectifier le tir et éviter les dégâts trop lourds entraînés par la mise en place d’un réseau de manière prématurée.

# Pour s’assurer de la rentabilité de votre concept

Enfin, la raison qui pousse souvent au test d’un concept est de vérifier que financièrement, notre projet tient la route. Il serait dommage qu’une fois ouvertes, les franchises se cassent la figure à cause de mauvaises estimations. Et puis peu de gens risquent d’être intéressés s’ils n’ont pas de preuve concrète de la rentabilité de votre affaire. Le mieux est donc de faire un test grandeur nature pendant 2 ou 3 ans pour voir comment votre point de vente réagit.