



Cuide estos aspectos al negociar una franquicia.

La presión de las ventas de una franquicia, los tiempos difíciles, la incursión a nuevos mercados y otros retos comerciales a los que se enfrenta el área comercial del franquiciante requieren de seguridad y conocimiento para negociar.

Las herramientas comerciales no lo son todo. La Circular de Oferta de Franquicia, por ejemplo, es sólo el principio. Una COF clara y bien diseñada es una pequeña primera impresión, pero es sólo el principio, de hecho la primera impresión se la ha llevado el inversionista mucho tiempo antes, cuando se interesó por el concepto en particular y, de forma pasiva, se le ha informado de todo lo que se necesita saber para mantener el interés.

El comercial debe saber observar todo lo que hace la empresa franquiciante, debe conocer bien las unidades franquiciadas y hasta al personal que labora en cada una. Todo sirve, el carisma de un empleado de mostrador de una unidad puede ser un arma poderosa de convencimiento a un inversionista. Los detalles lucen más que las grandes palabras.

Con el tiempo y las negociaciones, van apareciendo algunas objeciones que no son fáciles de manejar, y lo peor que puede hacerse para sortearlas es hacer promesas que no se tiene la certeza de que se van a cumplir o si serán rentables, y que sin embargo se hacen con la mayor seguridad.

Las expectativas de un candidato pueden cumplirse y excederse mediante su administración, de tal forma que la franquicia, con cada firma de contrato avance a grandes pasos su prestigio en el mercado. ¿Cómo lograrlo?

1. Hágase a la idea de que para hacer una promesa que le convenga, debe tomar más tiempo del que acostumbra, pues el análisis debe ser concienzudo.

CONTADORES PÚBLICOS, CONSULTORES EN ADMINISTRACIÓN, CONSULTORES EN NEGOCIOS Y FRANQUICIAS Y ABOGADOS.

Calle 22 N° 37, Col. San Pedro de los Pinos, 03800 México, D. F. Tel. 55 98 98 01, E-mail: info@gonzalez-lazarini.com

2. Identifique tiempos promedio (investigación del candidato, capacidad de respuesta, personalización de la oferta, consultas con asesores, administración de las propuestas de ubicación, etc.).

3. Una vez que conozca sus tiempos promedio considere tiempo extra para imprevistos. Es preferible exceder las expectativas de tres clientes y sólo alcanzar las de uno, que alcanzar las de tres y decepcionar a uno.

Para ello, lo mejor es detenerse un poco, ser ecuánime y analítico para detectar las maneras en las que se puede garantizar un beneficio espléndido hacia el inversionista y una negociación rentable para la operadora de franquicias y que además, quede a la vista de todos.

Los factores clave a considerar para una efectiva firma de contrato son, entre otros:

Velocidad de respuesta. A cada llamada, cada mail, cada pregunta y reunión hay que demostrar que nuestro inversionista puede confiar en recibir la información de manera oportuna y precisa. Esto le permitirá tomar una decisión con más velocidad y le restará el “tedioso” trabajo de considerar más opciones.

Dominio de todo cuanto se ofrece. Ya que se puede identificar fácilmente cuáles son las ventajas competitivas y los argumentos de mayor persuasión de lo que se ofrece, así como de las limitantes de la empresa, o de la oferta.

Honestidad. A cada falsa promesa tenemos un escándalo potencial, que en un escenario indeseable, puede tener consecuencias legales y financieras desastrosas.

Delimitación del perfil. No solo los datos sociodemográficos, la experiencia y aptitudes, sino en realidad hacerse un perfil de carácter de cada inversionista, cruzando información con las diferentes regiones en las que hay disponibilidad de franquicia. Qué se puede aceptar de un perfil y qué no.

Lleve un registro de cada promesa de venta para saber a partir de qué candidato deberá considerar más tiempo y lograr cumplir lo que prometió. Intente llevar a cabo estas recomendaciones; verá que sus promesas comenzarán a cumplirse, los inversionistas notarán un mejor servicio y sus ventas se multiplicarán.

CONTADORES PÚBLICOS, CONSULTORES EN ADMINISTRACIÓN, CONSULTORES EN NEGOCIOS Y FRANQUICIAS Y ABOGADOS.