



Effektives Partnermanagement im Franchising



Waltraud + Dieter Martius

SYNCON[®]

International Franchise Consultants

SYNCON Österreich
Josef-Mayburger-Kai 82 . A 5020 Salzburg
Tel +43 662 8742450 . Fax +43 662 8742455
office@syncon.at . www.syncon.at

SYNCON Deutschland
Nördliche Auffahrtsallee 25 . D 80638 München
Tel +49 89 15916633 . Fax +49 89 15916634
kontakt@syncon.de . www.syncon.de

Themen heute:

- **Die Funktionen der System-Zentrale**
- **Die Aufgaben des Partnermanagers**
- **Die Instrumente im Partnermanagement**
- **Die Entwicklungsphasen im Franchising**
- **Die Grundlagen des Coaching**
- **Fragen statt sagen**
- **Das PM Quadrat + verschiedene Gespräche im Partnermanagement**
- **Praktische Übungen**

Die Funktionen der System-Zentrale

- Entwicklung, Optimierung der Produkte/Dienstleistungen
- Ideenfabrik, Innovation, Weiterentwicklung des Systems
- Schulungszentrum, Akademie
- Marktforschungsinstitut
- Werbe- und PR-Agentur
- Rechenzentrum, Controller
- Intensivstation, Feuerwehr, Sanierungs-/Notfallkonzept
- Expansion des Systems
- Einbindung von externen Spezialisten
 - laufende Beratung und Betreuung der Franchise-Partner.

Die Aufgaben des Partnermanagers

- Das **Informationsmanagement** ist die wichtigste Aufgabe
- Das Partnermanagement ist der **Austausch** von Informationen
- Das wichtigste Element eines Vertriebssystems sind **Informationen**
- **Informationen** sind wichtiger als Handelsware
- Sicherstellung der **konzeptionsgerechten Anwendung** des Geschäftstyps
- Durch das effiziente und reibungslose Zusammenwirken der Franchise-Partner größtmögliche **Synergiewirkungen** herbeiführen
- Sicherstellung von hoher und gleichbleibender **Qualität** in sämtlichen Leistungsmerkmalen
- Der **Erfolg** der Franchise-Partner muss permanent verfolgt werden, um bei einem Abfall frühzeitig korrigierend eingreifen zu können
- **Sicherstellung** der systemkonformen Umsetzung des Konzeptes durch den Franchise-Partner.

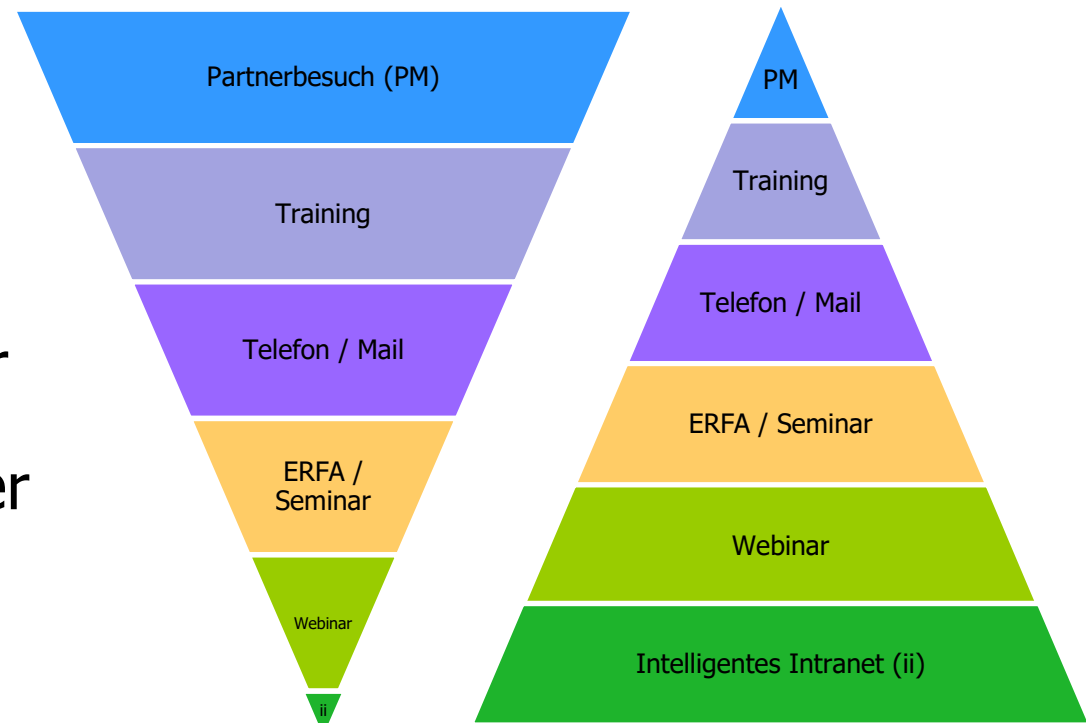
Das richtige Maß im Partnermanagement

- **Maximalversion** im Partnermanagement
- **Minimalversion** im Partnermanagement
- Beratungs**intensität** ist abhängig von:
 - Wettbewerbsfähigkeit des Geschäftskonzeptes
 - Unterstützungsbedarf der Franchise-Partner
 - Frage der Rolle des Franchise-Gebers
 - Zeit/Kosten-Relation.



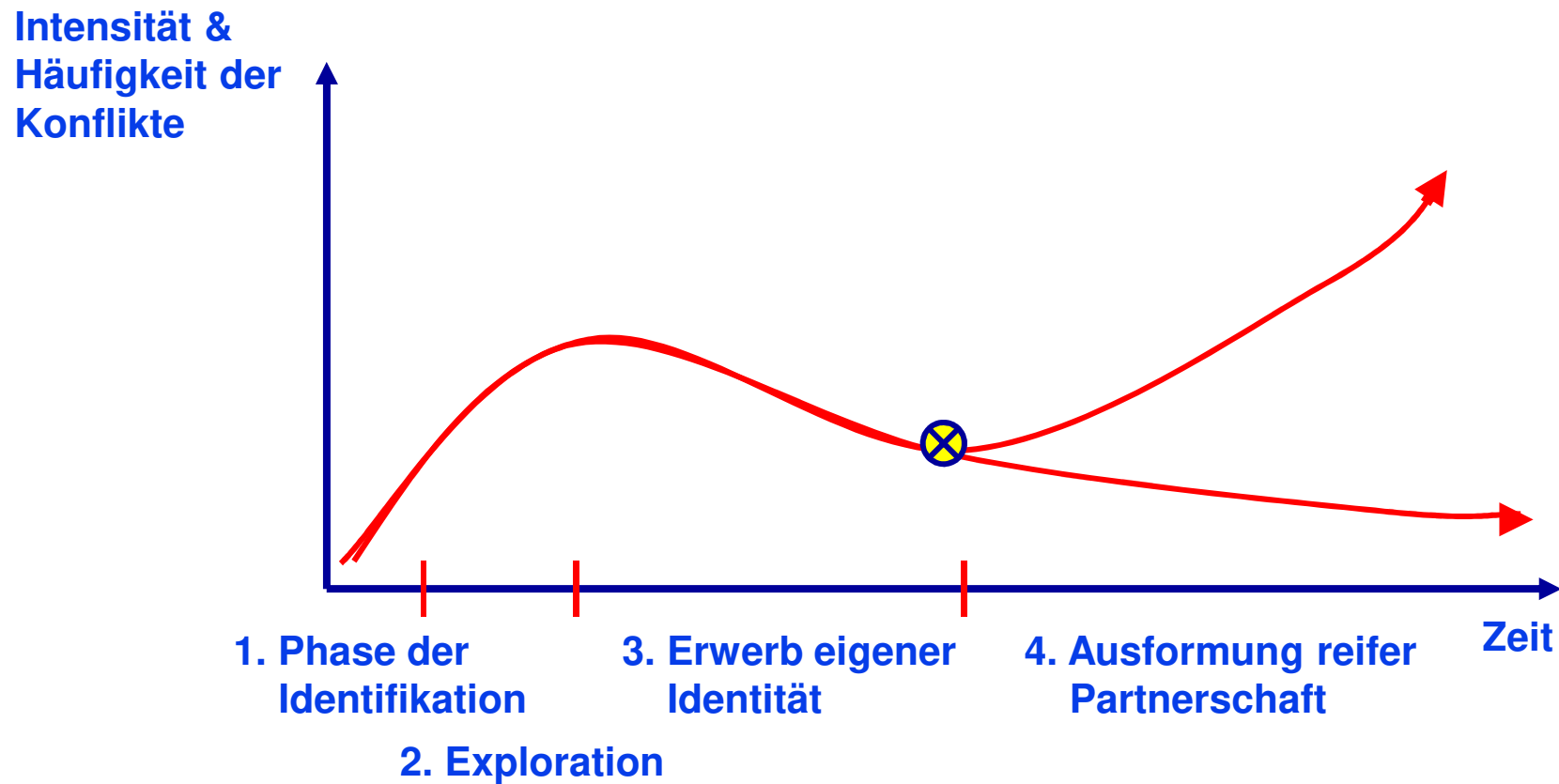
Die Arten der Informationsübermittlung

- Persönlicher Transfer
- Schriftlicher Transfer
- Telefonischer Transfer
- Elektronischer Transfer



Die Optimierung des systeminternen „Medienmix“ gehört zu den wesentlichen Aufgaben des Partnermanagements.

Die Entwicklungsphasen im Franchising



Führen - Coachen

„Coaching ist Hilfe zur Selbsthilfe.“

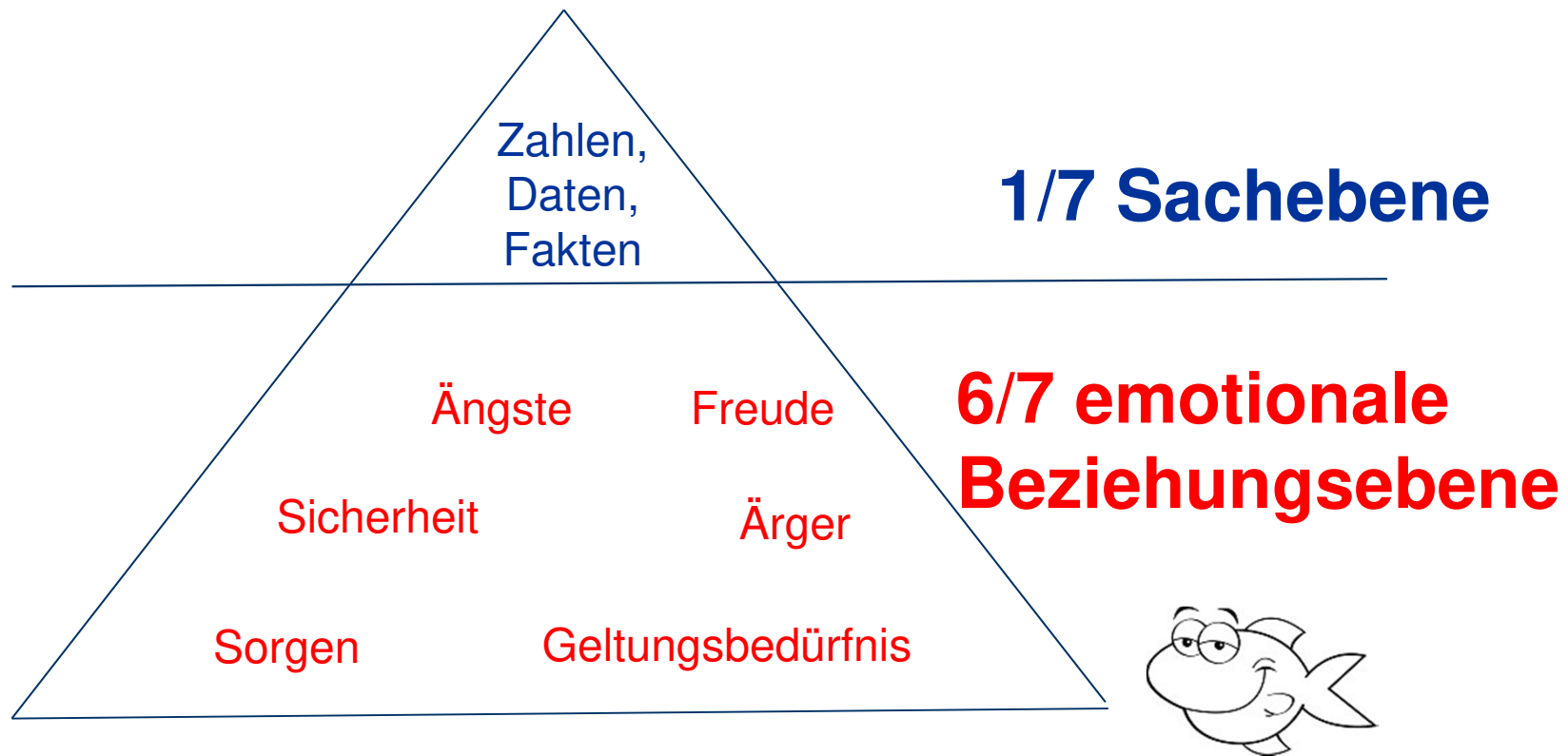
- **Franchise-Nehmer findet die Lösung selbst**
- **Eigene Lösung wird leichter akzeptiert**
- **Eigene Ideen besser gemerkt**
- **Neue Ideen einbringen**
- **PM und FN sind auf derselben Ebene.**

Herausforderung im Coaching

- **Einstellung:**
Ich bin ok – Du bist ok
(... und natürlich: System ist ok)
- **Ich halte mich selbst zurück**
- Statt zu „Lehren“ beim „Lernen helfen“.

Eisberg-Modell

Bedeutung Sach- Gefühlsentscheidungen
(Hard- und Softfaktoren)



Führen durch Fragen

Ziele und Nutzen

- **Selbstständigkeit und Selbstverantwortung fördern**
- **Weiterentwicklung**
- **Neue Perspektiven**
- **Eigene Lösung leichter akzeptiert.**

„Öffnende“ Fragen

- **W-Fragen**

- Wer, Was, Wann, Wie, Wo....

- **Warum?**

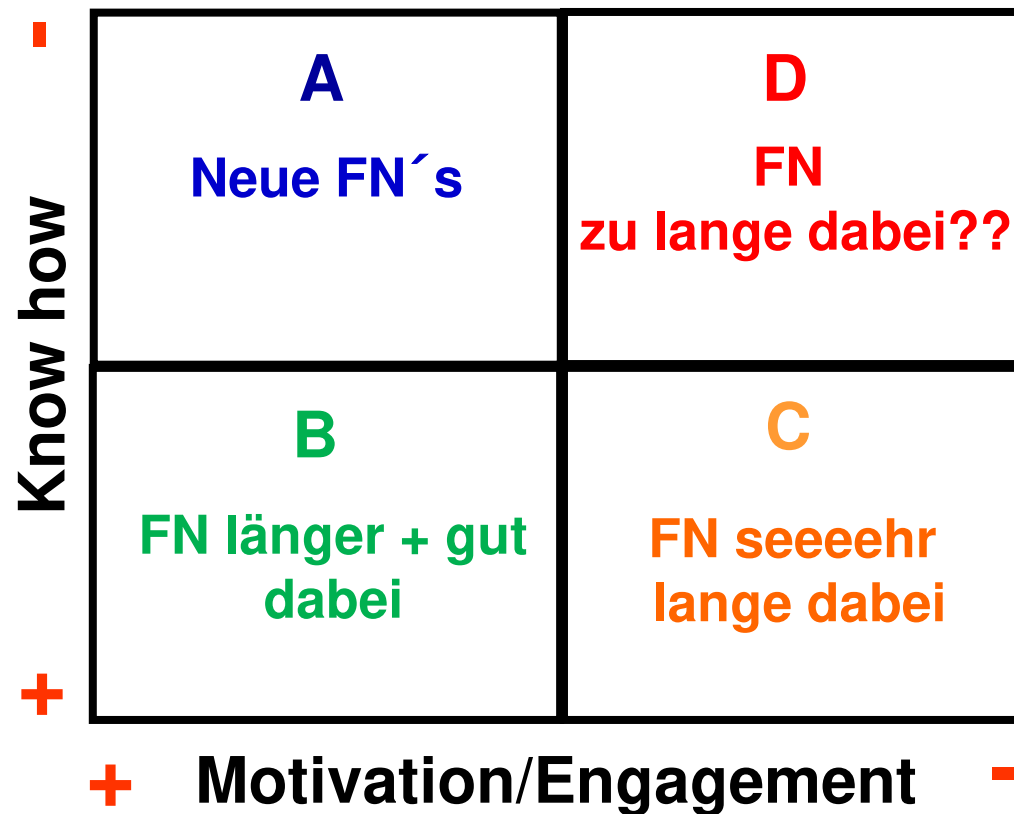
- **Bringen viel Informationen**

- **Partner muss „mitdenken“.**

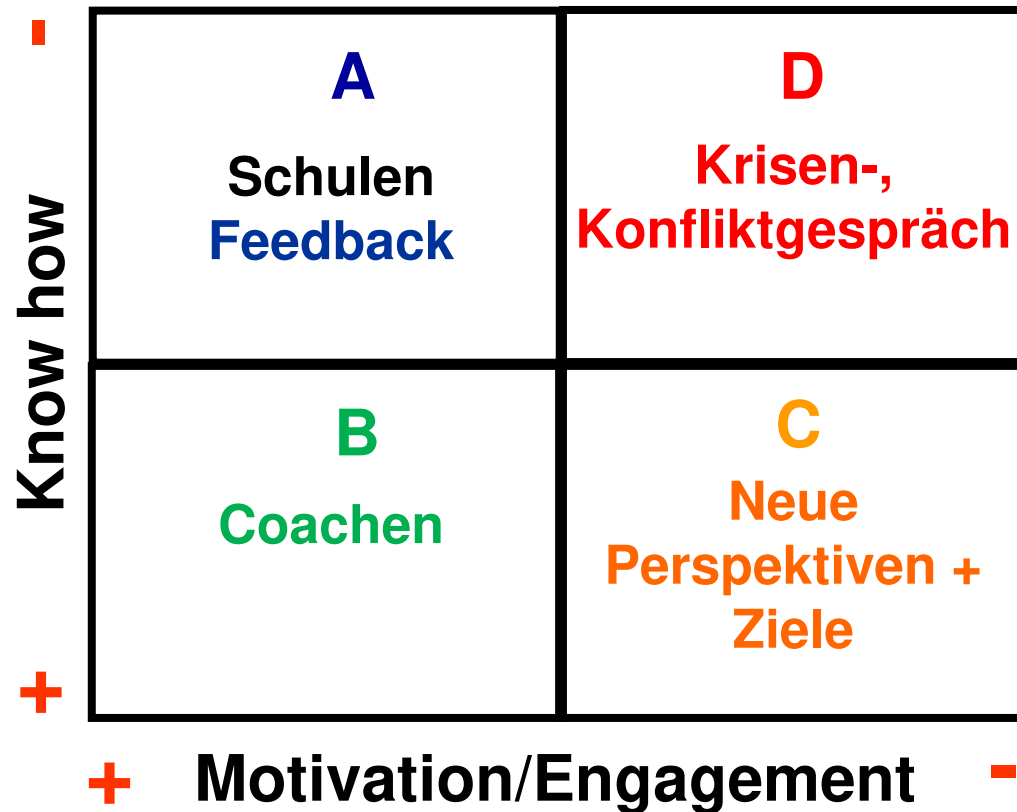
Aktiv „Hin-hören“ ...

- **Blickkontakt**
- **nicht voraus denken**
- **ausreden lassen**
- **nicken**
- **..mmh, ..mmh, ja, bzw. bestätigen**
- **lächeln (wenn angebracht)**
- **evtl. mitschreiben**
- **Aussagen wiederholen (wörtlich)**
- **Verständnis-/ Konkretisierungsfragen**
- **....**

Das PM-Quadrat - Wer steht wo?



Das PM-Quadrat – Was tun?



„Ultimative“ Coachingfrage

W S S V

Was schlagen Sie vor?

FAZIT:

**Mache die Menschen um dich
erfolgreicher,
und du bist selbst erfolgreich!**