

Studie zu Prozessen in der Franchisenehmer-Suche

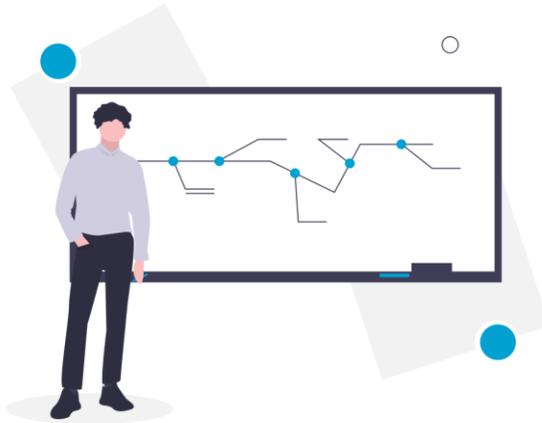
Stand Juni 2021

Herangehensweise der Studie

- über 4 Wochen wurden 108 Franchisesysteme (AT&D) zufällig über diverse Portale, Verbände & Kontaktformulare kontaktiert
- Ø 66 Franchisenehmer (1-360)
- Ø € 12.000 Eintrittsgebühr (€ 0-59.900)
- Ø € 15.000 EK (€ 0-1.000.000)
- Ø 12,6 Jahre (1-48)

Aus unseren Gesprächen ergibt sich, dass Systeme...

- ...mit den internen Prozesse sehr zufrieden sind.

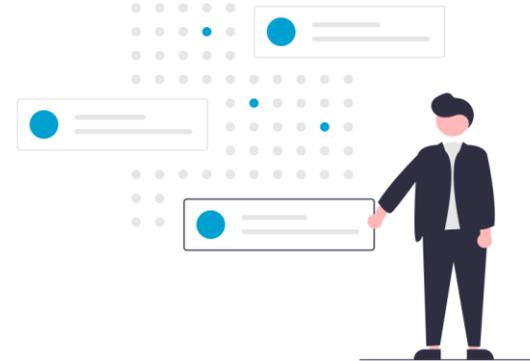


- ...wenig Verbesserungspotenzial sehen.

Weiters lässt sich zusammenfassen

Oft fehlt die **klare Strategie** zu Gewinnung von Franchisenehmern:

- Kein klares Profil
- Unklare Lead-Quellen
- Exakte Anzahl an neuen Franchisepartner ist unklar



Möglichen Ursachen für diese Tatsachen

Kenntnis über Kosten & Wandlungsquoten fehlen:

- pro Lead
- pro persönliches Detailgespräch
- pro neuem Franchisenehmer
- jeweils pro Lead-Quelle

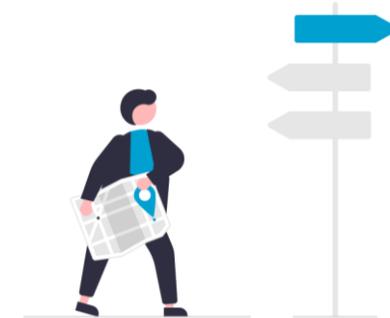
Interner Aufwand muss berücksichtigt werden, um die wahren Kosten eines neuen Franchisenehmers zu kennen:

- Marketing
- Personal
- Buchhaltung

Feedback von Kandidaten

Sie Wünschen einen klaren Prozess

- Informationen **WANN & WAS** geschehen wird
- Unterstützung und Support während des gesamten Prozess:
 - Finanzierung, Förderung, Business Case Begleitung, ...



Sie wollen begleitet werden

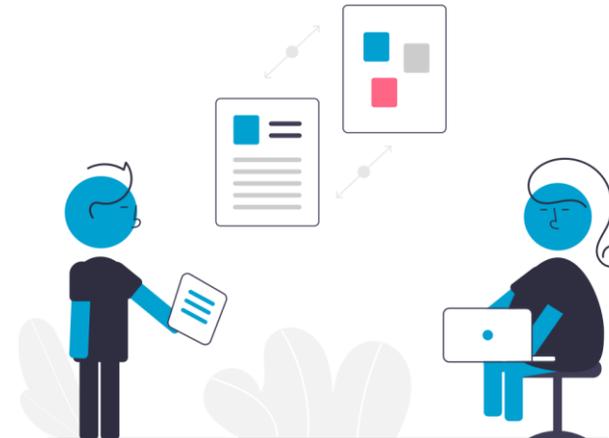
- direkter Kontakt
- persönlicher Kontakt



Feedback von Systemen

Sie wünschen sich Transparenz & Möglichkeit zur Mitbestimmung bei der Suche mittels externer Partner

- Aufklärung über genaue Aktionen, ganz besonders bei Namensnennung
- Anzahl der Personen
- Beschreibung der Zielgruppe
- Geografische Fokussuche



Wenn man ein System kontaktiert



64% Rückmeldung innerhalb 1 Werktag



81% ausschließlich per Mail



77% beenden die Kontaktaufnahme nach dem ersten Versuch

Bei einer Antwort innerhalb eines Werktages

64% melden sich innerhalb von einem Tag

KEINE Reaktion innerhalb 1 Tag

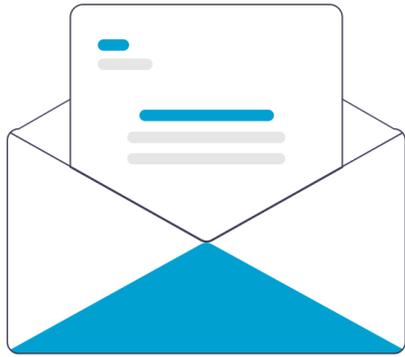
93% per Mail

7%

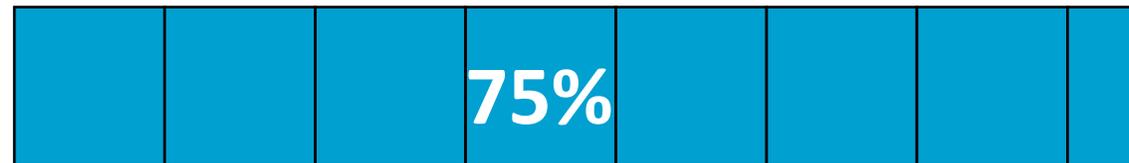
58% enthalten einen
Call-to-Action

42% der Mails ohne
Call-to-Action

Nur 1/3 aller Systeme enthalten einen Call-to-Action



Verhältnisse bei einer Kontaktanfrage



Kontaktaufnahme per Mail



Weitere Kontaktaufnahmen per Mail



Kontaktaufnahme per Mail & Telefon

Erkenntnisse über die Prozesse

- Je jünger ein System ist, desto mehr Kontaktpunkte pflegen sie mit den Kandidaten
- Bei älteren Systemen wird nicht mehr so viel Wert darauf gelegt
- **7 Jahre alt**
- **18 Jahre alt**

Conclusio

- Expansion via Franchising bedeutet und beinhaltet auch Vertrieb
- Franchisesysteme müssen sich aktiv um Kandidaten bemühen – es ist ein beidseitiger Bewerbungsprozess (System ↔ Kandidat)
- Vielen Kandidaten ist die Selbstständigkeit und der zu Grunde liegende Prozess fremd → hier benötigt es gute und informative Kommunikation
- Je besser die Anforderungen kommuniziert werden, desto erfolgreicher kann die Suche sein
 - Wo wird gesucht
 - Wer wird gesucht
 - Was wird gemacht
 - Was kann erreicht werden