



Per un franchising di successo

IL SEGRETO STA NELLE SOFT SKILL

Il franchisee è un imprenditore a tutti gli effetti. Per mettersi in proprio il primo passo è scegliere il franchisor giusto. Insieme alle conoscenze tecniche (hard skill) che variano a seconda dei settori di attività praticati, entrano in gioco anche le soft skill. Cosa sono. Come migliorarle. Come metterle in pratica



 di Ugo Perugini - Giornalista - Blogger

Non crediamo, per dirla con **Italo Calvino**, che il franchisee sia un *“imprenditore dimezzato”*. Tutt'altro. Chi ha l'ambizione e il coraggio di avviare una impresa in franchising e, quindi, di assumersi la responsabilità dell'attività che svolge può essere definito un imprenditore a tutti gli effetti.

Lo spirito che lo anima è lo stesso anche se l'affiliato dà vita a una attività con un marchio già affermato e ne segue le linee guida, oltre che le strategie; paga per i diritti a benefi-

ciare della reputazione dell'azienda e riceve formazione e supporto dal suo franchisor. Ciononostante, entrambi i ruoli richiedono visione, iniziativa e molta motivazione.

Il franchising richiede, infatti, un insieme di competenze molto simile all'avvio di un'attività indipendente come imprenditore. In entrambi i ruoli, è essenziale che si disponga della competenza necessaria per guidare un'azienda e prendere le decisioni giuste. Se si ha già una certa esperienza imprenditoriale, è molto più facile diventare un franchisee anche se, è giusto sottolinearlo, non tutti gli ex-imprenditori sono adatti ad assumersi un'impresa in franchising.

NON È DETTO CHE UN EX-IMPRENDITORE POSSA ESSERE UN BUON FRANCHISEE

Per diventare franchisee bisogna essere disposti ad aderire a una rigida serie di regole nel gestire la propria attività. Il successo del franchising nel suo insieme si basa sulla sua capacità di fornire un prodotto o un servizio coerente con quello della "casa-madre", in modo che i clienti sappiano che possono fare affidamento su di esso. È nell'interesse sia del franchisor che dei franchisee assicurarsi che ogni unità venga gestita allo stesso modo e utilizzi la medesima formula collaudata.

Quindi, il sistema di franchising non si adatta necessariamente a chi è già stato imprenditore. Alcuni di essi, infatti, preferiscono avere il controllo completo sulla propria attività ed essere liberi di prendere qualsiasi decisione. Questo non significa che i franchisee non abbiano voce in capitolo nella società - perché ogni buon franchisor accetta i suggerimenti degli investitori e permette loro di lasciare il proprio segno personale sull'attività che svolgono - ma che la loro iniziativa deve per ovvi motivi sottostare a precisi parametri.

LA DELICATA FASE DELLE SCELTE DEL FRANCHISEE

Chi vuole mettersi in proprio scegliendo una attività in franchising, prima della sottoscri-

zione del contratto, deve affrontare una fase preliminare molto delicata e strategica che è quella delle scelte da compiere che sono tante e complesse a cominciare dal settore merceologico più interessante, in relazione al capitale che si è disposti a investire.

In questi casi, possono entrare in gioco molti aspetti che fanno propendere verso una scelta piuttosto che un'altra: *gli studi compiuti, le conoscenze e le esperienze pregresse o, anche, particolari interessi personali.*

A questa decisione segue il passo decisivo, cioè la scelta, tra i vari franchisor concorrenti che offrono gli stessi prodotti e servizi, quello che è in grado di meglio distinguersi per le offerte innovative al consumatore, per le azioni di marketing proposte, e, in particolare, per il supporto e la formazione per gli affiliati e per la stessa struttura in franchising.

ALTRO PASSO IMPORTANTE: SAPER RACCOGLIERE LE INFORMAZIONI NECESSARIE

Sono momenti nei quali conta moltissimo la raccolta di informazioni che deve svolgere il franchisee attraverso ricerche imparziali, sul franchisor, sulla sua reputazione, sulle potenzialità di espansione, sul livello di soddisfazione dei clienti, sul tasso di rotazione degli affiliati nel tempo, sulle prospettive di crescita e di espansione secondo le diverse aree geografiche, ecc.

Contemporaneamente occorre conoscere anche la capacità del franchisor di fornire gli strumenti essenziali per mettere in atto con efficacia i processi del modello proposto, le attrezzature specializzate, le istruzioni, i supporti tecnici e formativi.

L'IMPORTANZA DELLA FORMAZIONE (HARD SKILL) E DEL PEER-TO-PEER TRA FRANCHISEE

Sebbene la stragrande maggioranza dei franchisor raccomandi un certo livello di formazione e supporto, i migliori sono quelli che offrono nel pacchetto tutto ciò di cui il franchisee ha bisogno per far decollare la sua



attività, le cosiddette *hard skill*. Ciò significa in primis una formazione accurata in tutti gli aspetti rilevanti delle operazioni quotidiane dell'azienda, nonché promozione, pianificazione aziendale e questioni finanziarie, come la contabilità.

La maggior parte dei franchisor propone in genere anche un supporto per l'istruzione continua. Quelli di maggior successo, inoltre, incoraggeranno la conoscenza *peer-to-peer*, cioè favoriranno la condivisione di risorse e informazioni tra franchisee. In modo che lo scambio reciproco di consigli e aiuti possa far scaturire nuove energie per continuare a far crescere la propria attività.

QUALI COMPETENZE DEVE AVERE UN FRANCHISEE?

Quali sono, allora, le capacità specifiche che dovrebbe possedere un franchisee, che si appresta a svolgere una attività in questo ambi-

to per avere il successo che merita?

Oltre alle *hard skill*, cioè alle competenze specifiche e tecniche fondamentali, relative alla propria professionalità - che dovrebbero essere fornite dal franchisor - ci sono le *soft skill*, cioè le competenze comportamentali, altrettanto indispensabili per una formazione completa e soddisfacente.

Chiariamo i termini del discorso: entrambe, *hard skill* e *soft skill*, sono due facce della stessa medaglia che si può definire con un termine più ampio "competenza".

Mentre le *hard skill* continuano a svilupparsi, in relazione all'evoluzione del mercato e delle tecnologie, e richiedono aggiornamenti continui, le *soft skill* hanno il vantaggio di poter essere studiate in modo diretto, pratico, immediatamente fungibile.

Negli ultimi tempi, oltretutto, è aumentata notevolmente l'attenzione riservata a temi legati alle *soft skill*, vale a dire alle **capacità cognitive**, quelle relative ai **processi operativi** (ad esempio programmazione e controllo), alle **capacità relazionali ed emozionali** (ad esempio lavorare in team, orientamento al cliente, gestione dei collaboratori) e **gestionali e innovative** (ad esempio, orientamento ai risultati decisione, iniziativa, ecc.)

LE "23 SOFT SKILL STRATEGICHE" DI GIAN CARLO COCCO

Su questo tema, il prof. **Gian Carlo Cocco**, ha pubblicato un libro che si intitola appunto "*23 soft skill strategiche*", che affronta l'argomento, analizzando punto per punto i comportamenti più virtuosi che determinano la capacità di qualsiasi persona.

Il libro di **Gian Carlo Cocco** parte dall'idea che il soggetto che apprende è anzitutto una persona autonoma impegnata in un processo evolutivo che può dirigere e controllare in modo libero e responsabile.

Investire sulle *soft skill* è importante sia per chi ha già esperienza di lavoro, sia per i giovani che si apprestano ad inserirsi. Le *soft skill*, infatti, rappresentano un vero e proprio

“capitale comportamentale” in grado di consentire di raggiungere, insieme alle *hard skill*, i risultati più soddisfacenti.

LE SOFT SKILL PIÙ IMPORTANTI PER I FRANCHISEE

Tutta la gamma delle capacità comportamentali descritte nel libro (23) potrebbe essere presa in considerazione per diventare franchisee di successo, ma certamente ve ne sono alcune che più di altre possono essere importanti soprattutto in chiave organizzativa.

Qualche suggerimento: **analisi e soluzione dei problemi; orientamento alla relazione, comunicazione verbale, leadership, gestione dei conflitti, orientamento ai risultati,**

decisione, disponibilità all'innovazione, ecc.

Insomma, nel libro è possibile trovare una proposta formativa che evidenzia una valenza “trasformativa” importante che partendo dalla decostruzione dell'ovvio, dei preconcetti e di certi assunti impliciti, percorre la strada di una crescita professionale che è anche personale e umana estremamente significativa.

Chi volesse verificare gratuitamente con un Assessment (valutazione personale) online il proprio profilo di capacità comportamentali (soft skill) può utilizzare la piattaforma www.timetomind.global

AZ © RIPRODUZIONE VIETATA

IN EVIDENZA

- 1) Il sistema del franchising non si adatta necessariamente a chi è già stato imprenditore
- 2) La scelta del settore e del franchisor adeguato alle proprie conoscenze e affinità è la fase più delicata
- 3) Raccogliere tutte le informazioni necessarie sul franchisor prescelto
- 4) L'importanza della formazione a partire dal sistema peer-to-peer cioè la condivisione di informazioni tra franchising
- 5) Hard skill e soft skill sono facce di una stessa medaglia che si chiama “competenza”
- 6) La necessità di investire nelle soft skill strategiche

Sul tema delle soft skill: **Gian Carlo Cocco, 23 Soft Skill strategiche**, per valorizzare il capitale professionale, FrancoAngeli, 2022, euro 25,00.



Gian Carlo Cocco

23 soft skill strategiche



Per valorizzare il capitale professionale