

O preÃ§o das escolhas feitas

 O preÃ§o das escolhas feitas

VocÃª, franqueador, jÃ¡ fez as contas de quanto custa a venda errada de uma [franquia](#)? Mas, o que Ã© vender errado uma franquia? Vender alegando ser barata, frente ao investimento a ser feito, quando o investimento para comprÃ¡-la Ã©, muitas vezes, todo o capital que alguÃ©m juntou ao longo de sua vida e que, se nÃ£o der certo, nÃ£o haverÃ¡ tempo de juntar dinheiro suficiente para iniciar um novo negÃ³cio, novamente. Essa responsabilidade, por si sÃ³, merece ser vista como algo de muito valor. Acreditar que todas as pessoas interessadas na sua marca estÃ£o preparadas para assumi-la e se tornarem varejistas, com uma semana de treinamento... Confundir as caracterÃsticas de um perfil empreendedor com a capacidade para ser empresÃrio. Nem todo mundo que Ã© empreendedor nasceu para ser empresÃrio, o que Ã© bem diferente de ser um excelente executivo com perfil empreendedor. O mercado e suas estÃrias nos mostram isso. Crer que o processo de seleÃ§Ã£o de um investidor/franqueado Ã© similar ao de um executivo e que as dinÃmicas desse processo sÃ£o as mesmas. Se vocÃª criou dinÃmicas e ferramental para selecionar franqueados... NÃ£o se convencer de que todo o processo, acima, significa investimento e nÃ£o despesa. Mas pense: mesmo que vocÃª considere como despesa, lembre-se que a taxa de franquias e os royalties vindos do franqueado adequado, com perfil empresarial, vÃo cobrir “essa conta” muito mais rÃpido e com margens maiores! Atuar com metas, muito agressivas, de crescimento a serem atingidas atravÃs de comissÃo de venda de franquias por terceiros. Isso tende a causar conflitos de interesses ou insatisfaÃ§Ã£o de uma das partes, para uma seleÃ§Ã£o de franqueados criteriosa e que traga os melhores perfis, para as melhores prÃcticas, nos melhores pontos, focando os melhores resultados. A gestÃo das escolhas feitas, acima, requer mais recursos: mais gente (qualificada) em sua equipe, mais tempo consumido, telefonemas, e-mails, consultoria, treinamento, reuniÃes, a busca de soluÃ§Ães para problema que poderia ter sido evitado, reciclagens, mediaÃ§Ães com os franqueados e suas eventuais associaÃes, remÃdios para dor de cabeÃa, mais tempo, mais gente, trabalho e nÃ£o retrabalho – se faz certo de primeira, nÃ£o precisa refazer, mais reuniÃes, troca de ideias junto à s mÃquinas de cafÃ;, mais cafÃ;. E, um dia, vem a pergunta que nÃ£o quer calar: “por que vocÃª fez assim?!” Mais do que um simples arrependimento, estamos falando em mais trabalho com margens menores. Tudo isto estava previsto no seu Plano de NegÃcios e na, tÃm famosa, planilha de DRE, quando decidiu se tornar um franqueador ou havia uma previsÃo mais positiva e a receita desandou? VocÃª sabe que as franquias vendidas de forma errada se transformam em franqueados insatisfeitos com contas que nÃ£o fecham ou atÃ fecham, mas isso nÃ£o basta, mesmo que estejam pagando as contas, ainda assim reclamam! Muitas vezes, nÃ£o entendem o que vocÃª orienta e propÃe e se recusam a fazer melhor ou cumprir o papel deles. Pareciam tÃm empreendedores nas reuniÃes de compra da franquias! Mas pareciam empresÃrios? Tinham consciÃncia do que seria estar naquele ponto de venda? Foram treinados de forma suficiente e eficiente? Cabe avaliar se consegue, de fato, identificar competÃncias e potenciais dos candidatos à franquias, fazer a racionalizaÃ§Ã£o de processos, analisar o que vocÃª considera um treinamento eficiente para tornar o franqueado um empresÃrio, gestor, operador, vendedor, controller,? E agora? Respire. VocÃª ainda pode arrumar os temperos e retomar o ponto certo da receita. Mapeie, de fato, sua atual situaÃ§Ã£o com ferramentas adequadas que permitam ter uma visÃo estratÃgica e operacional da organizaÃ§Ã£o. Analise e elabore um plano de aÃ§Ães e, depois, simplesmente aja!... e aja rÃpido, na medida certa. NÃ£o erre a mÃ deixando o arroz virar “papa” para, entÃo, dizer que fez um risoto. FaÃa arroz soltinho ou risoto. O importante Ã© que seja a melhor receita escrita (manuais), preparo/execuÃ§Ães cuidadosos (treinamento) e o melhor sabor (resultados)! Simples assim.”

Sobre o Autor

 <http://www.vecchiancona.com.br> EstratÃgica em GestÃo de Franquias no Brasil Tel: (55) 11 38419676 SÃo Paulo, Brasil.

Source: <http://www.artigopt.com>