

KURZKONZEPT

GESPRÄCHSKREIS TOP10 FRANCHISE-PARTNER

Der Gesprächskreis ist die effektivste Methode, um mit ausgewählten Franchise-Partnern ins Gespräch zu kommen, ihre Bedürfnisse und Wünsche zu erfahren und hilfreiche Hinweise für die eigene Systemführung zu erhalten. Besonders wertvoll für Franchise-Geber ist die Gruppe der „**Top 10 Franchise-Partner**“. Sie zeichnen sich durch eine besonders gute Performance aus und können zu wichtigen Vorbildern für andere Franchise-Partner werden. Daher ist es wichtig herauszubekommen, was sie dazu bewogen hat Franchise-Partner zu werden und was sie heute besonders überzeugt.

Im Kurzkonzert „*Die erfolgreichsten Franchise-Partner*“ auf franchisemotion.de erfahren Sie, wie man mit vergleichsweise geringem Aufwand und großem Mehrwert die „Top 10 Franchise-Partner“ eines Jahres bestimmen kann. Wie Sie den größten Nutzen aus einem Gesprächskreis mit Ihren besten Franchise-Partnern ziehen können – das erfahren Sie im vorliegenden Kurzkonzert.

Zielsetzung Gesprächskreis Top 10

Mit einem Gesprächskreis lassen sich unterschiedliche Ziele verfolgen. Drei davon können für Ihr Franchise-System von besonderem Nutzen sein:

1. **Schärfung Ihres Franchise-Partnerprofils** mit dem Ziel, die Partnerakquisition treffsicherer zu gestalten. Ein erweitertes Partnerprofil, das über die üblichen Suchkriterien hinausgeht und besondere persönliche Eigenschaften berücksichtigt, ist vor allem für die Interessentenauslese richtungsweisend.
2. **Reflexion Ihres bestehenden Angebots sowie Ihrer Innovationsanstrengungen** mit dem Ziel, Ihr Franchise-Partner-Angebot kontinuierlich zu verbessern. Ihr Systemwachstum sowie sich ändernde Marktbedingungen erfordern von Ihnen immer wieder neue Strategien und Maßnahmen. Es lohnt sich, Ihre Franchise-Partner dabei nach ihrer Meinung zu fragen.
3. **Erarbeiten eines aktuellen Themenkatalogs** mit dem Ziel, interessante Themen und „Good Stories“ für Ihre Kommunikation nutzen zu können.

Empfehlung: Sie können die Gesprächsrunden auch hervorragend dazu nutzen, Ihre eigenen Botschaften zu verankern und grundsätzliche Einstellungen zu untermauern. Ihre Top 10 Partner übernehmen eine Vorbildfunktion in Ihrem System und können so zu wichtigen Multiplikatoren Ihrer Botschaften werden.

Organisation eines Gesprächskreises

Gruppengröße:

Es empfiehlt sich, die Größe eines Gesprächskreises klein zu halten und die Teilnehmerzahl auf maximal 15 zu beschränken:

- 10 Franchise-Partner (Top 10)
- 1 Beiratsvorsitzender (sofern vorhanden)
- 2 bis 3 Mitarbeiter der Franchise-Zentrale (Geschäftsführung/-leitung, Marketingleitung, Leitung Partnerbetreuung)

Frequenz und Zeitpunkt:

Grundsätzlich empfiehlt es sich, den Gesprächskreis regelmäßig zu wiederholen. Dafür bietet sich beispielsweise ein halbjährlicher Turnus an:

- ein Jahresauftaktmeeting Mitte/Ende Januar
- ein Reflexionsmeeting im Juni/Juli (am besten vor den Schulferien)

Atmosphäre:

Ein Gesprächskreis sollte in einer angenehmen Atmosphäre stattfinden, die einen offenen Erfahrungsaustausch fördert. Das kann für die einen ein einfaches und gemütliches Ambiente und für den anderen eine gehobene Umgebung sein. Bei der Planung sollten Sie Ihre Teilnehmer vor Augen haben. Daher kann es durchaus auch mal sinnvoll sein, den Gesprächskreis außerhalb der Franchise-Zentrale stattfinden zu lassen.

Tagesordnung:

Je besser Sie einen Gesprächskreis vorbereiten umso größer wird nachher Ihr Nutzen daraus sein. Daher sollten Sie immer eine klare Tagungsordnung vorbereiten und diese rechtzeitig vor dem Termin an die Teilnehmer versenden. So geben Sie ihnen die Chance, sich zu den anstehenden Themen im Vorfeld Gedanken zu machen. Für die einzelnen Themen sollten Sie gleichzeitig einen realistischen Zeitplan machen. Ziel sollte es sein, alle Themen ergebnisorientiert bearbeiten zu können und notwendige Diskussions- und Pufferzeiten einzuplanen. Wichtig ist, die Teilnehmer mit der Anzahl der Themen nicht zu überfordern.

Durchführung eines Gesprächskreises

Folgende Themenschwerpunkte eignen sich beispielsweise für den Gesprächskreis mit Ihren „TOP 10 Franchise-Partnern“:

1. Individuelle Wahrnehmung (Brainstorming Partner unter der Moderation des Franchise-Gebers)
 - Vorteile aus der Franchise-Partnerschaft im abgelaufenen Jahr
 - Engpässe in der Franchise-Partnerschaft im abgelaufenen Jahr
 - Charaktereigenschaften, die den Erfolg untermauern / fördern
2. Objektive Wahrnehmung (Bericht Franchise-Geber)
 - Anonymisierte Betriebsvergleiche der Top 10 Partner (Kennzahlenvergleich)
 - Vergleich der Branchen Kennzahlen mit denen der Top 10 Franchise-Partner
 - Kennzahlen der Partnerakquisition
3. Aktuelle Projekte (Geber, Partner)
 - Projekte des Franchise-Gebers
 - Projekte der anwesenden Franchise-Partner
4. Stärken-Schwächen/Chancen-Risiken-Analyse ...
 - ... bezogen auf die Franchise-Zentrale und dessen Serviceleistungen
 - ... bezogen auf das Franchise-System und dessen Kraft, Franchise-Partner zu gewinnen und zu binden
 - ... bezogen auf den standardisierten Betriebstyp und dessen Kraft
 - ... am Verbrauchermarkt
 - ... am Arbeitsmarkt

Einen Leitfaden für eine „SWOT-Analyse“ finden Sie auf franchisemotion.de.

Nachbereitung eines Gesprächskreises

Über die Ergebnisse des Gesprächskreises sollte die Franchise-Zentrale ein ausführliches Protokoll anfertigen. Dieses Protokoll sollte sowohl Ihrer internen Kommunikation als auch für Ihre Franchise-Partnerakquisition als Vorlage dienen:

1. Lassen Sie Ihre 10 Franchise-Partner in Ihren Newslettern zu Wort kommen. Am besten führen Sie mit ihnen ein kurzes Interview und lassen die verwertbaren Äußerungen vor ihrer Veröffentlichung vom jeweiligen Franchise-Partner freigeben. Einen Leitfaden für ein solches Interview sowie zur Erstellung eines Newsletters finden Sie auf franchisemotion.de.
2. Ein besonderes Augenmerk haben die Punkte „individuelle Wahrnehmung“ sowie „SWOT-Analyse“ verdient. Sie dienen im besonderen Maße den drei o. g. Zielen und sollten daher aktiv weiterverarbeitet und in den regelmäßigen Gesprächskreisen immer wieder aufs Neue reflektiert werden.

3. Im Idealfall lässt sich mit Hilfe der Ergebnisse Ihr Franchise-Partnerprofil schärfen. Dabei kommt es weniger auf die objektiven Charakteristika an. Vielmehr sollten die Ergebnisbeiträge der Franchise-Partner bewertet werden. Im Kern kommt es darauf an, dass man erkennen kann, was künftige Franchise-Partner an Einstellungen und Erfahrungen mitbringen müssen, um erfolgreich sein zu können.

Ergänzende Leitfäden zu diesem Thema finden Sie auf www.franchisemotion.de

Kurzkonzept „Die erfolgreichsten Franchise-Partner“

Kurzkonzept „SWOT-Analyse“

Interviewleitfaden „Testimonials“

Kurzkonzept „Newsletter“