



Interview Franchisé 16/04/2009

INTEGRATION :

Toute-la-franchise.com : Pouvez-vous vous présenter ? (nom, prénom, titre, cursus en quelques mots)

RG : Romuald Gauthier, j'ai 30 ans, marié, 2 enfants. Avant d'être franchisé Passtime, j'étais éducateur sportif.

SS : Sébastien Scheck, 29 ans, célibataire et commercial.

TLF : Comment êtes-vous entré en contact avec votre enseigne ?

RG : Par le biais des sites de franchises sur internet. Je voulais devenir indépendant et je recherchais une opportunité à saisir dans divers secteurs.

SS : Par l'intermédiaire de Romuald.

TLF : Comment s'est déroulée la période entre votre premier contact et vos débuts ? Pourquoi avoir créé votre société avec le support de votre franchiseur ?

RG : Nous avons rencontré les responsables à Perpignan avec mon associé au mois de mai et le contact est tout de suite bien passé. Sur le concept en lui-même, nous étions déjà convaincu donc nous avons simplement voulu apporter quelques réponses à nos questions, ce que les franchiseurs ont parfaitement fait. Le fait de pouvoir bénéficier de leur expérience, d'un vécu sur un concept bien rodé mais également d'avoir une force de communication nationale sont des atouts indéniables. De plus, Passtime étant une jeune franchise, financièrement c'est une enseigne très abordable.

SS : De nombreux contacts et un suivi régulier nous ont peut être également permis d'éviter certaines erreurs de départ et de début d'activité.

TLF : Votre franchiseur a-t-il concrètement respecté tous les points sur lesquels il s'était engagé ?

RG : Oui, jusqu'à aujourd'hui, tout a été respecté.

SS : Jusqu'à maintenant oui

TLF : Avez-vous consulté des concurrents de votre enseigne ? Si oui, pourquoi avoir choisi cette enseigne ?

RG : Bien sûr, malgré qu'il n'y ait encore aucun support identique, j'ai étudié les offres d'autres enseignes sur le même créneau. Mais je dois dire, sans chauvinisme, que Passtime est vraiment le produit le meilleur sur le marché actuel d'un point de vue qualité/prix.

SS : Au départ non, j'ai commencé par suivre les idées de mon associé et au fur et à mesure de l'avancée de l'activité, je m'y suis intéressé et faut avouer que la concurrence est existante mais pas inquiétante dans le sens où PASSTIME est à l'heure actuelle le produit le plus complet que ce soit au niveau diversité des partenaires qu'au niveau importance des offres proposées.

TLF : Quels sont les services que vous apporte votre franchiseur au démarrage de votre activité ?

RG : Tout d'abord, il y a une formation à Perpignan en compagnie des autres nouveaux franchisés où l'on nous explique de A à Z le concept Passtime. Puis par la suite, il y a un suivi régulier sous forme d'audioconférence hebdomadaire qui permet à tous d'échanger ses diverses expériences sur le terrain.

SS : Formation sur les techniques de partenariat et de vente du réseau Passtime, logiciel informatique simple d'utilisation, suivi régulier et accompagnement sur le terrain et une présence certaine en cas de besoin.

TLF : Etiez-vous de la « profession » avant de vous lancer ? Si non, pourquoi avez-vous changé de secteur d'activité ?

RG : Oui et non. J'avais déjà eu plusieurs expériences dans le métier de commercial et notamment dans la publicité.

SS : Oui je travaille depuis un peu plus de 10 ans dans le domaine commercial.

ACTIVITE :

TLF : Avez-vous besoin de votre franchiseur dans le cadre de votre activité ? Répond-il à votre attente ?

RG : On est libre dans nos démarches mais le franchiseur est toujours présent si l'on a besoin de conseils spécifiques.

SS : Je pense que le but d'une activité commerciale indépendante mais sous la forme de franchise et de pouvoir compter sur le soutien des franchiseurs mais d'avoir le moins possible besoin de leurs aides ...mais si ça doit arriver, ils sont là et c'est important.

TLF : Comment se passe les relations avec vos collègues franchisés ?

RG : Elles sont bonnes, on se retrouve régulièrement lors des conférences au cours desquelles chacun apporte son point de vue, sa manière de travailler tout en respectant le concept.

SS : Très bien et on ressent un réel esprit d'entraide.

TLF : L'esprit « réseau » est il réellement effectif ? (développez)

RG : Oui, même si le réseau est encore jeune, il ne cesse de s'agrandir et tout le monde va dans le même sens.

SS : Oui et il le devient plus de jour en jour et au fur et à mesure de l'évolution du concept PASSTIME . Comme le disais Romuald, on avance dans le même sens, anciens comme nouveaux, et avec le même objectif de développer le réseau Passtime.

TLF : La formation vous a-t-elle permis concrètement de démarrer votre activité dans des conditions optimales ? (développez)

RG : Oui, elle nous a permis de bien maîtriser le concept.

SS : La formation m'aura permis d'adapter mon expérience commerciale au concept Passtime et de maîtriser le concept en dissociant les différentes phases de l'activité ; à savoir les partenariats et la phase de commercialisation.

TLF : En termes de Chiffre d'affaires, avez-vous atteint vos objectifs ? (développez)

RG : Nous ne sommes que dans le 1^{er} mois de commercialisation, mais nous avons déjà largement dépassé nos objectifs en terme de chiffres d'affaires. La preuve que le concept plaît.

SS : La réponse est oui, et c'est simplement la preuve que peu importe la concurrence, le contexte économique ou autre... si on croit en ce concept et qu'on fait tout pour le développer, les résultats suivront.

TLF : Quelles actions menez-vous pour développer votre C.A et vos clients ?

RG : Beaucoup de communication à travers les médias (presse écrite et radio), information auprès des entreprises, comités d'entreprises et collectivités.

SS : Exactement les mêmes que dans toute activité commerciale, de la communication visuelle et auditive, de la prospection, du relationnel et bien évidemment du travail.

TLF : Avec le recul, le concept est il bien positionné et bien justifié sur votre marché ? (développez)

RG : Oui, tout à fait, c'est un concept où tout le monde est gagnant, du commerçant au consommateur en passant par nous bien sûr.

SS : Dans ce contexte de « crise » et de « baisse de pouvoir d'achat » , je trouve qu'un concept comme Passtime qui propose de la publicité à moindre coût aux commerces,

restaurants et loisirs de son département et qui augmente concrètement le pouvoir d'achat des consommateurs a tout à fait sa place et même ne pouvait pas mieux tomber.

TLF : L'analyse que vous avez menée avant de rejoindre votre franchiseur corrobore t'elle avec votre vécu sur le terrain ? (développez)

RG : Oui, on rencontre toujours des difficultés au début mais rares sont les personnes qui n'adhèrent pas au concept car c'est vraiment une belle et bonne idée.

SS : Complètement. On y croyais, on savait qu'on pourrait réussir mais on savait également qu'il y aurait pas mal de travail.

TLF : Auriez vous pu mener à bien votre activité si vous aviez du la créer seul ? (développez)

RG : Je pense que oui mais il nous aurait fallu plusieurs années afin d'arriver au stade où nous en sommes aujourd'hui.

SS : Peut être avant, mais plus maintenant, le concept Passtime est existant et implanté, donc il est trop tard PASSTIME est présent et pour longtemps.

TLF : Si c'était à refaire, signeriez-vous à nouveau avec votre franchiseur ?

RG : Oui, sans hésitation. D'ailleurs, nous réfléchissons déjà à l'idée d'ouvrir un deuxième secteur.

SS : Et un troisième...

TLF : Quels conseils donneriez-vous à tous les candidats intéressés par votre enseigne ?

RG : De ne surtout pas perdre de temps s'ils sont vraiment intéressés car les départements libres vont se raréfier mais également d'avoir une formation commerciale adaptée car c'est un métier plaisant où l'on rencontre beaucoup de monde.

SS : Vous devriez déjà être en train de faire votre demande de candidature.