

Las claves del éxito de las Franquicias

Tormo Franchise Consulting, consultora especializada en franquicia analiza las principales claves del éxito de las empresas franquiciadoras

Madrid, 29 de septiembre de 2015. Tormo Franchise Consulting, consultora especializada en franquicia ha analizado las principales claves del éxito de las franquicias. Este análisis, realizado sobre cerca de 70 empresas consolidadas o en proceso de crecimiento, aporta los principales aspectos comunes entre todas ellas, aspectos que establecen las mejores prácticas.

Tal y como queda resumido en este estudio, estas claves afectan por igual a aquellas empresas ampliamente consolidadas en el mercado como a aquellas que se encuentran en fase de inicio.

De las conclusiones del estudio podemos destacar las siguientes claves:

1. Inversión en Marca

Las empresas franquiciadoras exitosas son aquellas que dedican un mayor esfuerzo en promover su marca. Este esfuerzo se traduce en sus inversiones en diferentes medios y canales potenciando su percepción y notoriedad, así como en la calidad de sus herramientas y materiales de comunicación. Ello contribuye decisivamente en el nivel de confianza depositado en las mismas por parte de los clientes e inversores.

2. Enfoque en el Punto de Venta

En general, las empresas que mayores logros consiguen en la franquicia son aquellas que se centran en potenciar las ventas de sus respectivas unidades de negocio, favoreciendo así la implementación de acciones que tienen repercusión directa en el resultado de cada uno de los establecimientos de la red, todo ello sin descuidar la actividad de expansión.

3. Una Mayor Gestión

La mayor parte de las cadenas han mejorado sus procesos de gestión, priorizando los locales que tienen una buena ubicación, ajustando sus costes, optimizando sus procesos y generando estructuras profesionalizadas de asistencia y apoyo a la red de franquicias, todo ello sin dejar de mantener sus inversiones.

4. Estructura Sólida

Las empresas analizadas han desarrollado, por lo general, sólidas y profesionalizadas estructuras internas que les permiten afrontar el crecimiento de la red con garantías, así como las dificultades surgidas a lo largo de sus respectivas trayectorias, contribuyendo en gran medida a su sostenibilidad en el tiempo.

5. Creación de Nichos de Mercado

Estas empresas son creadoras de nuevos nichos de mercado, es decir, han sido capaces de identificar unas necesidades latentes en el mercado y diseñar, fabricar y comercializar los productos y servicios apropiados a dichas necesidades, en tiempo, forma y precio adecuados, creando conceptos diferenciales y competitivos.

6. Economías de Escala

Todas ellas consiguen economías de escala progresivas desde los inicios y que van incrementando en todos sus ámbitos con la perspectiva de su crecimiento.

7. Adaptabilidad

Este atributo está referido a la capacidad de las marcas para adaptarse a los cambios, oportunidades y retos del mercado, especialmente en épocas de contracción económica como la que vivimos, en las que los consumidores restringen sus presupuestos de gasto, por lo que deben aportar “soluciones” ágiles sin que ello suponga “defraudar” a los consumidores, pero sí adaptarse a sus nuevas necesidades y deseos.

8. Diferenciación

Clientes, inversores y franquiciados perciben la marca con un posicionamiento diferente de la competencia, lo que la distingue y hace “única” frente al resto de productos y servicios del mercado. Ello conlleva una continua innovación en los modelos de negocio, que se renuevan día a día.

9. Reconocimiento

El reconocimiento espontáneo y la experiencia de la marca son aspectos comunes a todas las empresas analizadas con independencia de su fecha de creación. Esto sólo se consigue con una presencia permanente en el mercado (clientes-inversores) a través de la comunicación, online y offline, productos y servicios adecuados (diferenciales) y un conjunto de atributos que, combinados, cubren las expectativas más exigentes.

10. Internacionalización

Para un porcentaje significativo de cadenas, el peso de sus operaciones internacionales será cada vez más creciente. La franquicia permite la internacionalización, por lo que tener la preparación adecuada para cuando surge la oportunidad de crecimiento exterior es fundamental. Muchas de las nuevas redes están en condiciones para ello.

Además, podemos destacar también otros factores como los siguientes:

Conceptos de negocio con un claro valor diferencial

Saber hacer estructurado y claramente transmisible

Excelente organización de la central de franquicia con independencia de su tamaño

* Este estudio ha sido elaborado por el Departamento de Consultoría de Tormo Franchise Consulting.

Acerca de Tormo Franchise Consulting

Tormo Franchise Consulting es una de las principales empresas consultoras en franquicia en nuestro país. Su equipo acumula una amplia experiencia tras haber participado en la creación y desarrollo de proyectos para más de 600 empresas franquiciadoras, ayudando a cerca de 2.000 personas a integrarse en redes de franquicia. Sus servicios están orientados a todas aquellas empresas que desean iniciar su expansión en franquicia, franquiciadores en activo y emprendedores e inversores que desean incorporarse en una red de franquicia.

Para obtener más información puede ponerse en contacto con:

Montserrat Romo Rivero

Coordinadora de Marketing de TORMO FRANCHISE

mromo@tormofranchise.com

Telf. 911 591 666

Datos de contacto:

Montserrat

Coordinadora de Marketing

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Franquicias](#) [Inmobiliaria](#) [Finanzas](#) [Emprendedores](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>