

Vice-presidente da ABF comenta relação entre franqueado e franqueadora

Fundador da rede de franquias Casa do Construtor, Altino Cristofolletti Junior, expôs boas práticas de empreendedorismo e franchising na Convenção da franquia Guia-se

17/10/2016 15:35:45

Vice-presidente da ABF comenta relação entre franqueado e franqueadora

Fundador da rede de franquias Casa do Construtor, Altino Cristofolletti Junior, expôs boas práticas de empreendedorismo e franchising na Convenção da franquia Guia-se

A relação entre os membros de uma franquia foi o tema de uma palestra ministrada pelo vice-presidente da Associação Brasileira de Franchising (ABF), Altino Cristofolletti Junior, durante a Convenção Anual de Franqueados da Guia-se Negócios pela Internet, em Indaiatuba, na primeira semana de outubro.

“Franqueador e franqueado têm que estar no mesmo barco, remando para o mesmo lado. Se cada um olhar para si e remar para o seu lado o barco vai afundar”, afirma. “Neste cenário de crise brasileira, quem está sozinho no mercado não tem com quem se relacionar e trocar experiências. E é por isso que o franchising é uma vantagem.”

O empresário, fundador da rede de franquias Casa do Construtor, explica que o franqueado é um empreendedor especializado no ambiente em que atua, e que a relação com a franqueadora precisa ser uma união de experiências que entrega ao cliente final a proposta de valor da marca. Para Cristofolletti, o empreendedorismo une pilares básicos, como a motivação pessoal de abrir um negócio, a atitude e a inovação. “Ninguém nasce empreendedor, mas é possível desenvolver, estudar”, destaca.

O vice-presidente da ABF também esclareceu a função da franqueadora, que não é apenas ser detentora do know-how, mas também responsável por captar as boas práticas de cada franqueado e disponibilizar as inovações para toda a rede. Um bom relacionamento entre franqueador e franqueados une a visão macro, de toda a rede, com a visão micro, que atende as necessidades locais.

O fundador de uma das redes mais premiadas pela ABF também frisou como responsabilidade da franqueadora a capacitação dos franqueados com foco no negócio e na gestão. “O franqueado também tem que procurar se capacitar cada vez mais em sua atividade”, lembra. Para Cristofolletti, é

importante se relacionar, trocar ideias e experiências. “Convenções de franqueados são momentos muito ricos para se relacionar, quem não participa está pensando no ‘eu’ sozinho”, argumenta. “Não adianta esperar que as melhorias na rede aconteçam para se envolver e fazer o melhor no trabalho.”

Segundo Cristofolletti, outra vantagem do franchising para o franqueado é poder contar com a franqueadora para resolver algumas questões práticas e conseguir manter o foco na operação da unidade. “É natural ter conflitos entre franqueados e franqueador. Os conflitos são ótimas oportunidades de crescimento e de empatia, para tentar ver o lado do outro na relação e criar uma solução boa para ambos”, afirma. “Temos que aprender com os nossos erros e criar valor para o nosso negócio, senão não vamos vencer a concorrência.”

O vice-presidente da ABF ressalta que o “azeite” da relação em uma franquia é o alinhamento constante das expectativas de franqueador e franqueados. “Como a Guia-se diz em seu lema, uma franquia não é um negócio, é mais que um negócio. Ninguém tem sucesso sem trabalhar, e se tiver sorte por um tempo, lembre-se que a sorte pode mudar. Tem é que ser muito bom no que faz”, enfatiza. Cristofolletti também parabenizou a Guia-se pelos Selos de Excelências em Franchising conquistados nos últimos 4 anos “A Guia-se é referência no seu segmento, e isso é um ótimo sinal de avaliação no seu relacionamento com os franqueados”, conclui.

O CEO da microfranquia Guia-se, José Rubens Oliva Rodrigues, agradeceu a presença do palestrante no maior evento das franquias digitais. “O Altino significa muito para o franchising no Brasil. Ele deve ser o próximo presidente da ABF, pois é conceituado pela forma que ensina e promove o franchising de maneira responsável”, diz.

Guia-se

A Guia-se Negócios pela Internet está no mercado de marketing digital desde 1997 e recebeu nos últimos quatro anos o Selo de Excelência em Franchising da Associação Brasileira de Franchising. A microfranquia oferece diversos produtos e serviços, tais como: consultoria de marketing digital, criação de site, desenvolvimento de loja virtual, links patrocinados no Google e no Facebook, sites para imobiliárias, sites de Delivery, SEO - otimização de site, e-mail marketing, mídias sociais, hospedagem de site e e-mails e o Guia-se Sites Expressos. Já atendeu mais de 10 mil clientes através de seus franqueados, com mais de 70 mil sites entregues. Para 2016, a meta da Guia-se é chegar a 170 unidades.

Saiba mais em

Site: www.amelhormicrofranquia.com.br

Facebook: /GuiaseMarketingDigital

Instagram: @franquiaguia-se

LinkedIn e Google+: Guia-se Negócios pela Internet

