

Boost your Franchise

Franchisepartner*innen zum Erfolg coachen



Carina Dworak & Roland Küppers

SYNCON[®]

International Franchise Consultants

SYNCON-FRANCHISE.COM



Eure Erwartungen 1

- Andere Denkansätze & Blickwinkel bekommen
- Ansätze für tägliche Arbeit – gewinnbringender für mich und Partner*innen, Fokus Zahlen
- Wie schaffe ich (auf freundliche Art) mehr Verbindlichkeit?
- Handwerkszeug zur bestmöglichen Betreuung
- Tipps, wie man Partnerbeziehungen verbessern kann
- Wie mit Partner*innen umgehen, die evtl. ein persönliches Problem mit mir haben oder keine Betreuung möchten
- Wie werde ich klarer in der Erwartungshaltung an FN?
- Wie kann ich selbstbewusster auftreten?
- Wie kann ich Gespräche besser strukturieren?
- Wie kann ich mit Einwänden und Unmut von Partner*innen besser umgehen?
- Neue Ansätze zum Umgang mit Gesprächspartner*innen für gemeinsame Entwicklung kennenlernen & Erfahrungsaustausch

Eure Erwartungen 2

- Wie gestalte ich kooperative Arbeitsmeetings?
- Wie schaffe ich Mehrwert für Franchisenehmer*innen?
- Erfahrungsaustausch
- Gute und praxisnahe Ideen und Impulse zur Optimierung der Partnerbetreuung im Alltag
- Wie kann man Partner*innen motivieren, ins TUN zu kommen?
- Wie vermittle ich Botschaften, wenn ich anderer Meinung bin?
- Tipps für den Mittelweg aus partnerschaftlich und grenzensetzender Zusammenarbeit
- Was bedeutet Partnermanagement genau und wie setze ich dies erfolgreich tagtäglich mit und bei meinen Partner*innen um?
- Für alles offen ... lasse mich überraschen

Inhalt 1. Teil Erfolgsfaktoren

1. Funktionen der Systemzentrale

2. Verantwortung des Franchisegebers /
der Franchisegeberin

3. Richtiges Maß im Partnermanagement

4. Aufgaben des Partnermanagements

5. Arten der Informationsübermittlung

6. Instrumente der Systemkommunikation

7. Vorbereitung im Partnermanagement

8. Partnermanagementprotokoll

9. Minus 1-Phase

10. Entwicklungsphasen im Franchising

1. Funktionen der Systemzentrale

Entwicklung, Optimierung der Produkte / Dienstleistungen

Ideenfabrik, Innovation, **Weiterentwicklung des Geschäftsmodells / Systems**

Schulungszentrum, Akademie

Marketingagentur, Marktforschung, Sales, Key Account Management

Digitalisierungsexperte*-expertin

Controlling & Benchmarking

Partnermanagement, Beratung & COACHING

Intensivstation, Feuerwehr, Sanierungs- / Notfallexperte*-expertin

Expansion des Franchisesystems

2. Verantwortung des Franchisegebers / der Franchisegeberin

Mitverantwortung für den Erfolg der Franchisepartner*innen

Mitverantwortung liegt in den Zielen des Franchisegebers / der Franchisegeberin

Franchisepartner*innen müssen verdienen, um ihre Ziele zu erreichen

Franchising ist eine Schicksalsgemeinschaft

Franchising ist eine Synthese aus den Egoismen der Beteiligten

Franchisegeber*in muss selbst auch wirtschaftlich erfolgreich sein

Franchisesysteme müssen nachhaltig aufgebaut sein

3. Richtiges Maß im Partnermanagement

Maximalversion im Partnermanagement

Minimalversion im Partnermanagement

Beratungsintensität ist abhängig von:

- Wettbewerbsfähigkeit des Geschäftskonzeptes
- Beratungsbedarf der Franchisepartner*innen
- Frage der Rolle des Franchisegebers / der Franchisegeberin
- Zeit / Kosten-Relation

4. Aufgaben des Partnermanagements

Informationsmanagement ist die wichtigste Aufgabe

Partnermanagement ist der **Austausch** von Informationen

Informationen / Daten sind wichtiger als Handelsware

Sicherstellung der **konzeptionsgerechten Anwendung** des Geschäftsmodells

Effizientes und reibungsloses **Zusammenwirken**

Erreichung größtmöglicher **Synergie**

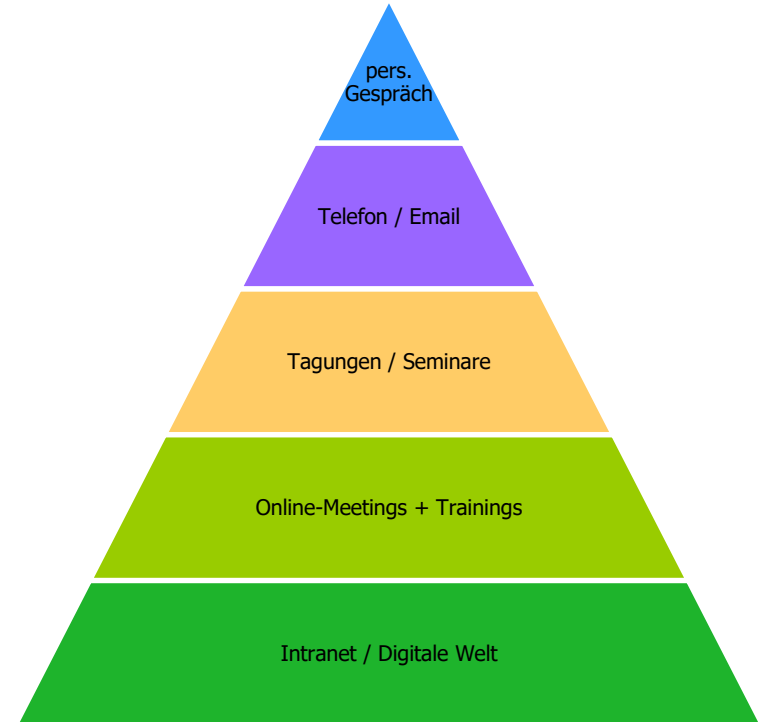
Sicherstellung gleichbleibender **Qualität**

Erfolg der Franchisepartner*innen muss permanent verfolgt werden, um bei einem Abfall frühzeitig korrigierend eingreifen zu können. **COACHING.**

5. Arten der Informationsübermittlung

- Persönlicher Transfer
- Schriftlicher Transfer
- Telefonischer Transfer
- Elektronischer Transfer

Die Optimierung des systeminternen „Medienmix“ gehört zu den wesentlichen Aufgaben des Partnermanagements.



6. Instrumente der Systemkommunikation

Systemeigenes **Intranet**, Dropbox, Laufwerk „K“, Wiki, Digitale Welt ...

Rundschreiben, **Newsletter**

Firmenzeitungen, **FranchiseneWS**

Intelligente Software zum Know-how-Transfer (Erfolg hinterlässt Spuren)

Anlassbezogene (Glück-) **Wünsche** (z.B. Geburtstage,...)

Meetings von Beiräten und Ausschüssen

Telefon, Telefonkonferenzen, Hotline, WhatsApp, **online-meetings** ...

Webinare

Jahrestagungen / Kick-offs, regionale **ERFA-Tagungen**

Gespräche (persönlich und in Gruppen)

Ticketsystem

7. Vorbereitung im Partnermanagement

Basis des **Know-hows** wird über ein **Intranet** vermittelt

Partnermanagement-Dokumentation (Protokoll)

Coaching-Vorbereitungsbögen

Beide Seiten bereiten sich vor!

Schriftlichkeit schafft **Verbindlichkeit**

Zielvereinbarungen

Eigen-und **Fremd**kontrolle

Genaue Definition, **was und wie** wird **kontrolliert**

Schriftliche Protokollierung ist gleichzeitig **Vorbereitung** für das nächste Gespräch

8. Partnermanagement-Dokumentation

Möglicher **Aufbau** der Partnermanagement-Dokumentation (Protokoll)

Einheitlich:

- Ort
- Termin / Dauer
- Gesprächsteilnehmer*innen
- Geplante Themen von Seiten des Franchisegebers / der Franchisegeberin und
Seiten des Franchisepartners / der Franchisepartnerin
(vor dem Termin an Franchisepartner*in übermitteln, mit der Bitte um Vorbereitung)
- Stärken-Schwächen-Analyse auf Grund des Geschäftsverlaufes
- Maßnahmen zur Veränderung / Verbesserung inklusive realistischem Zeitplan
- Diverses

8. Partnermanagement-Dokumentation

Ergänzende **Unterlagen** zur Partnermanagement-Dokumentation (Protokoll):

- Franchisepaket dient als Leitfaden
- Orientierung an der Know-how-Dokumentation
- Controlling- und Benchmarking-Auswertungen
- Mystery Checks / Kundenzufriedenheitsmessungen
- Wirtschaftsplanung
- Marketingplanung & Salesplanung
- Letztes Protokoll
- Partnerschaftsbilanz
- System-Audit
- Systemauswertungen, z.B. Nutzung Intranet, Ticketsystem
- KI – Anwendungen für Gesprächsvorbereitung und -protokollierung

9. „Minus 1-Phase“

You never get a **second chance** to make a first impression

Verhalten in der **Kennenlernphase** prägt die zukünftige Beziehung

Beziehungsaufbau beginnt vor Unterzeichnung des Vertrages

Start der Franchisepartnerschaft

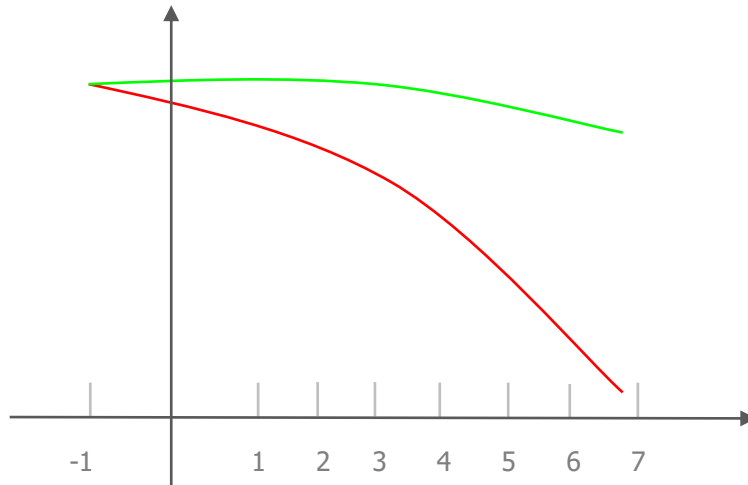
Versäumnisse und **Fehler** wiegen schwer in der zukünftigen Arbeitsbeziehung

Positive Erlebnisse und **Bestärkung** helfen Konflikte später besser auszutragen

Schaffung eines **tragfähigen Beziehungsfundamentes**

9. „Minus 1-Phase“

Motivationskurve Franchisepartner*in



Vorvertragliche Aufklärungspflicht zwingt Franchisegeber*in bereits in der Rekrutierungsphase zu **Perfektionismus**

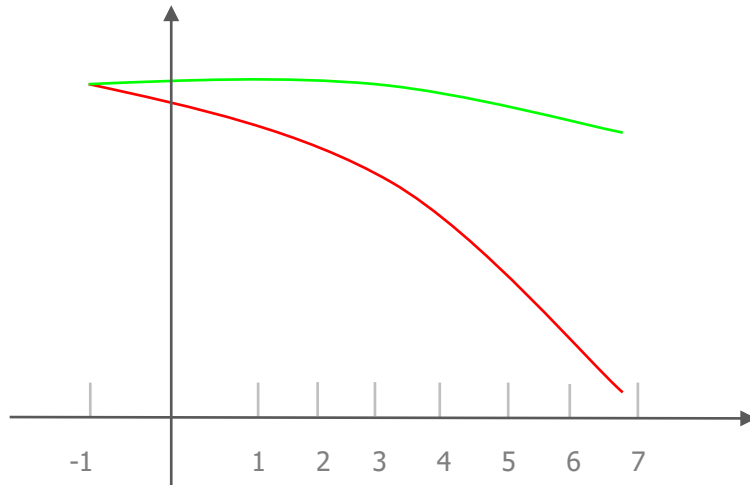
Erster Eindruck prägt die Qualität der Partnerschaft

Versprechen müssen gehalten werden

Zeit des **Kennenlernens** und der **Auswahl** prägt den Umgang der Partner*innen in späterer Folge

9. „Minus 1-Phase“

Motivationskurve Franchisepartner*in



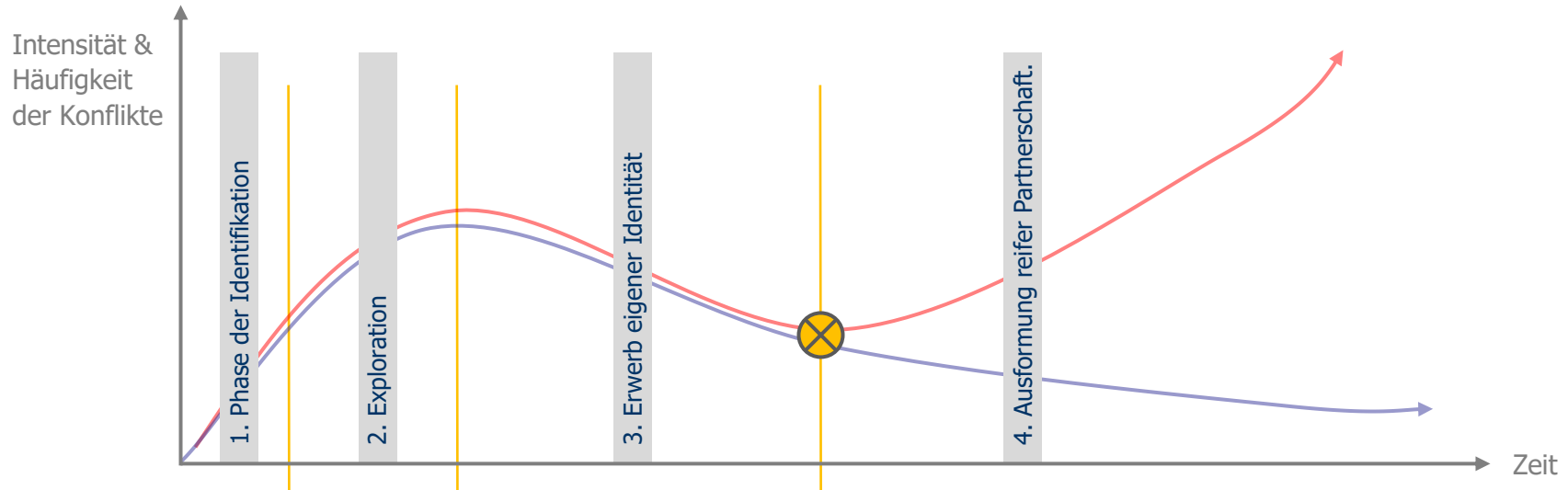
In dieser Phase ist der / die Franchisepartner*in ein „**leeres Glas**“, in das der / die Franchisegeber*in seine / ihre Philosophie einfließen lassen kann

Ab dem Zeitpunkt der **Eröffnung** ist der / die Franchisepartner*in längst nicht mehr so aufnahmebereit

Professioneller Umgang in der „Minus 1-Phase“ verlängert die **Dauer** von Franchisepartnerschaften erheblich

10. Entwicklungsphasen im Franchising

Lebenszyklus von Franchisepartnerschaften



Partnermanager*in als Coach

Coaching bedeutet:

keine Hierarchie, keine **autoritäre Führungsstruktur**

Partnermanager*in punktet mit seiner / ihrer **Kompetenz** und **Ausstrahlung**

Partnermanagement **begleitet** und **führt**

Partnermanager*in ist **Führungspersönlichkeit**, nicht Führungskraft

Partnermanager*innen kennen selbst die **Erfolgsfaktoren** des Franchisesystems, die Know-how-Dokumentation und beherrschen alle relevanten Tools

**Mache die Menschen um dich erfolgreicher,
und du bist selbst erfolgreich.**



© Kurhan - Fotolia.com

10 Minuten Pause



© Kurhan - Fotolia.com

**Führung
Management
Coaching**

„Coaching ist Hilfe zur Selbsthilfe.“

Grundideen im Coaching

- **Ich bin ok – Du bist ok**
- **Franchisenehmer*in (FN) kann selbst die Lösungen finden**
 - wenn ich ihm / ihr Zeit lasse
 - wenn ich die richtigen Fragen stelle
- Partnermanager*in (PM) und FN sind auf **derselben Ebene**
- **Ich halte mich selbst zurück**
- Statt zu „Lehren“ **beim „Lernen helfen“**

Eigenschaften des Coaches

- geduldig
- „objektiv“
- aktive, bewusste Kontrolle der eigenen Zustände
- selbstreflektiert
- förderorientiert
- interessiert
- exzellente*r Fragesteller*in
- exzellente*r Zuhörer*in
- zurückhaltend

Spiegeln / Rapport

Wir mögen das, was uns ähnlich ist.

Ähnlichkeiten in:

- Einstellungen, Überzeugungen, Werten

Zeigen sich in:

- Aussehen
- Sprechweise
- Körpersprache
- Verhaltensweisen

Spiegeln / Rapport

Körperhaltung

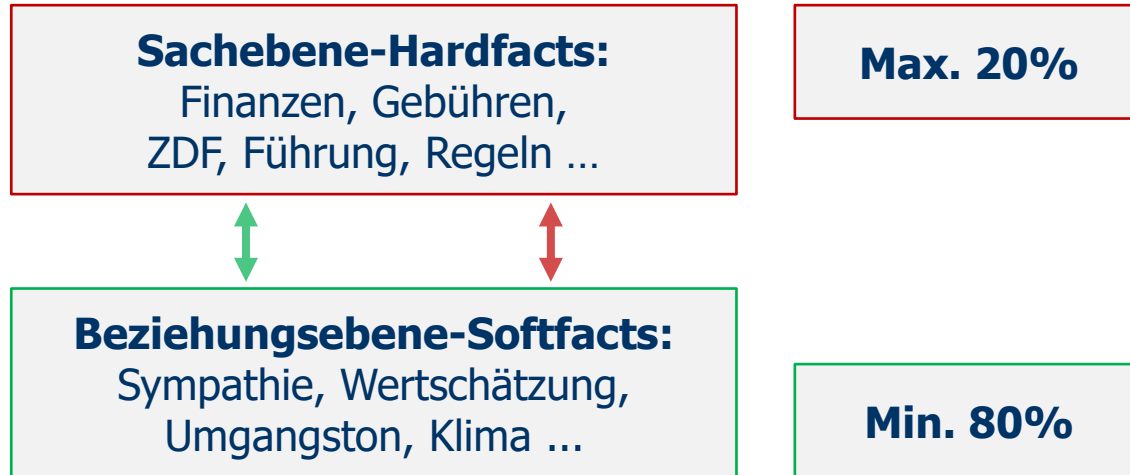
Stimme

Sprache

Praxisübung: Motivationstelefonat

- **Kleingruppen**
 - FN ist noch nicht zur Jahrestagung angemeldet**
 - PM instruiert FN
 - Feedback / Anwendung von Spiegeln
 - 1.+ 2. Durchgang
- **Dauer: max. 4 Minuten**

FN-Beziehungsmanagement „Eisberg-Modell“



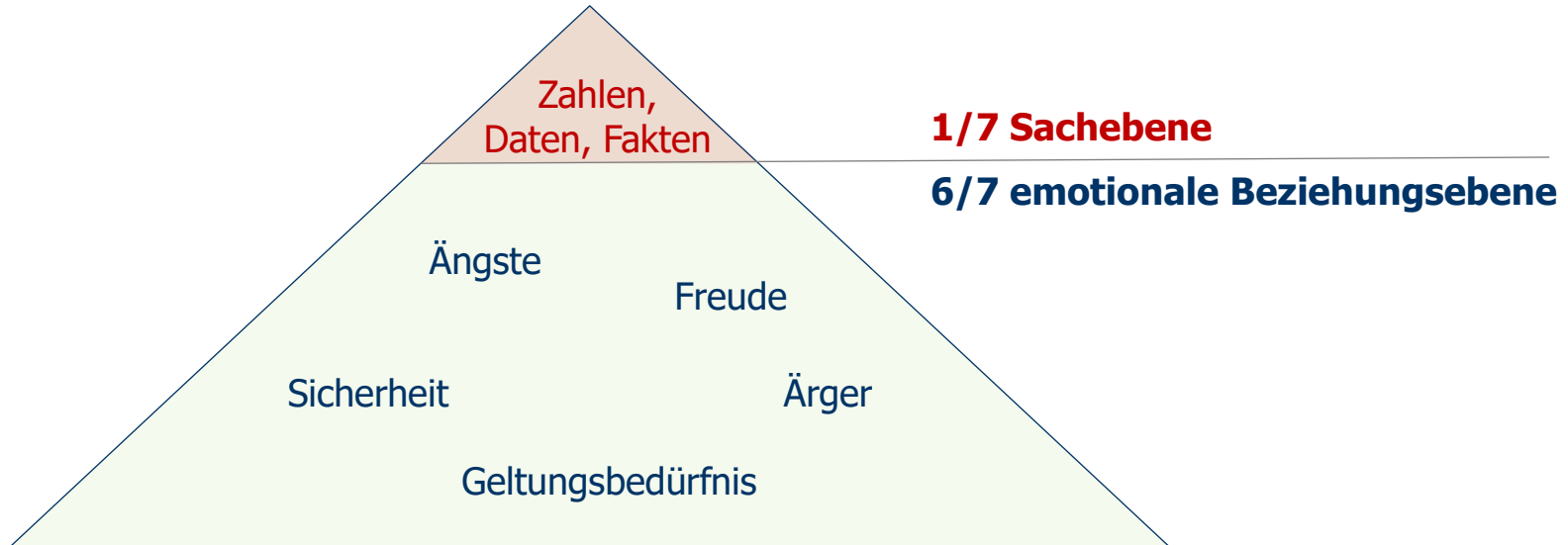
**Je besser Sie auf der Beziehungsebene
mit Ihrem Partner / Ihrer Partnerin „können“,
desto leichter ist es auf der Sachebene.**

**Hart in der Sache –
Weich zur Person!**



Eisberg-Modell

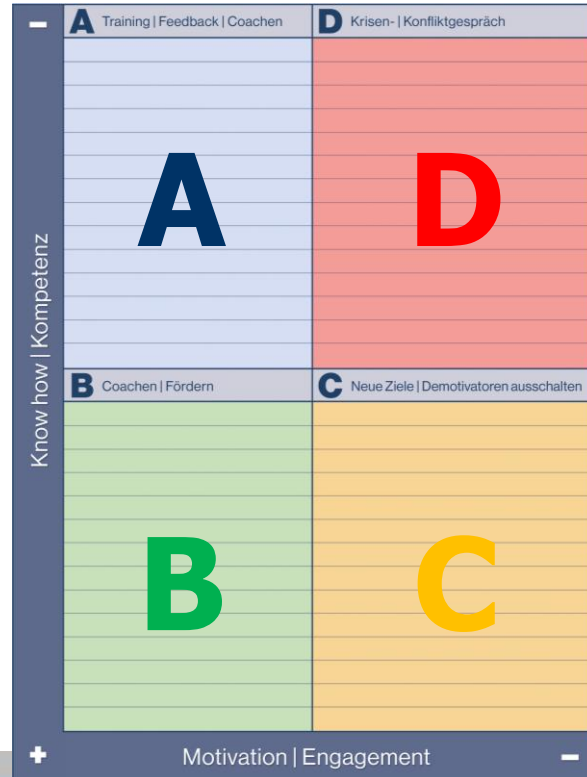
Verdeutlichung des Zusammenhangs zwischen
Gefühls- und Verstands- bzw. Sachentscheidungen:



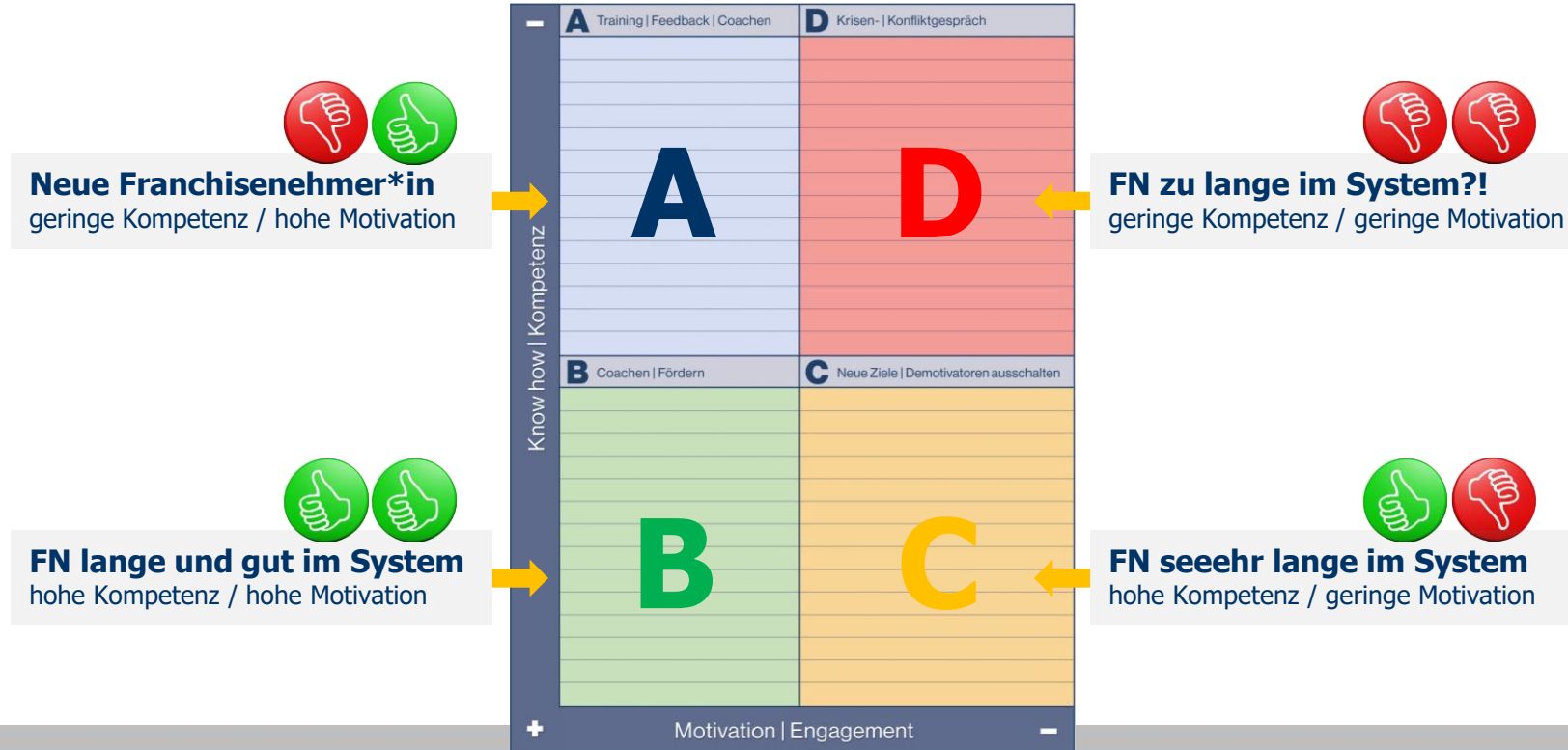
Instrumente des Coaches

- Wahrnehmung vs. Interpretation
- Aktives Zuhören
- Professionelles Feedback
- Lob
- Spiegeln / Rapport
- **Fragetechniken im Coaching**

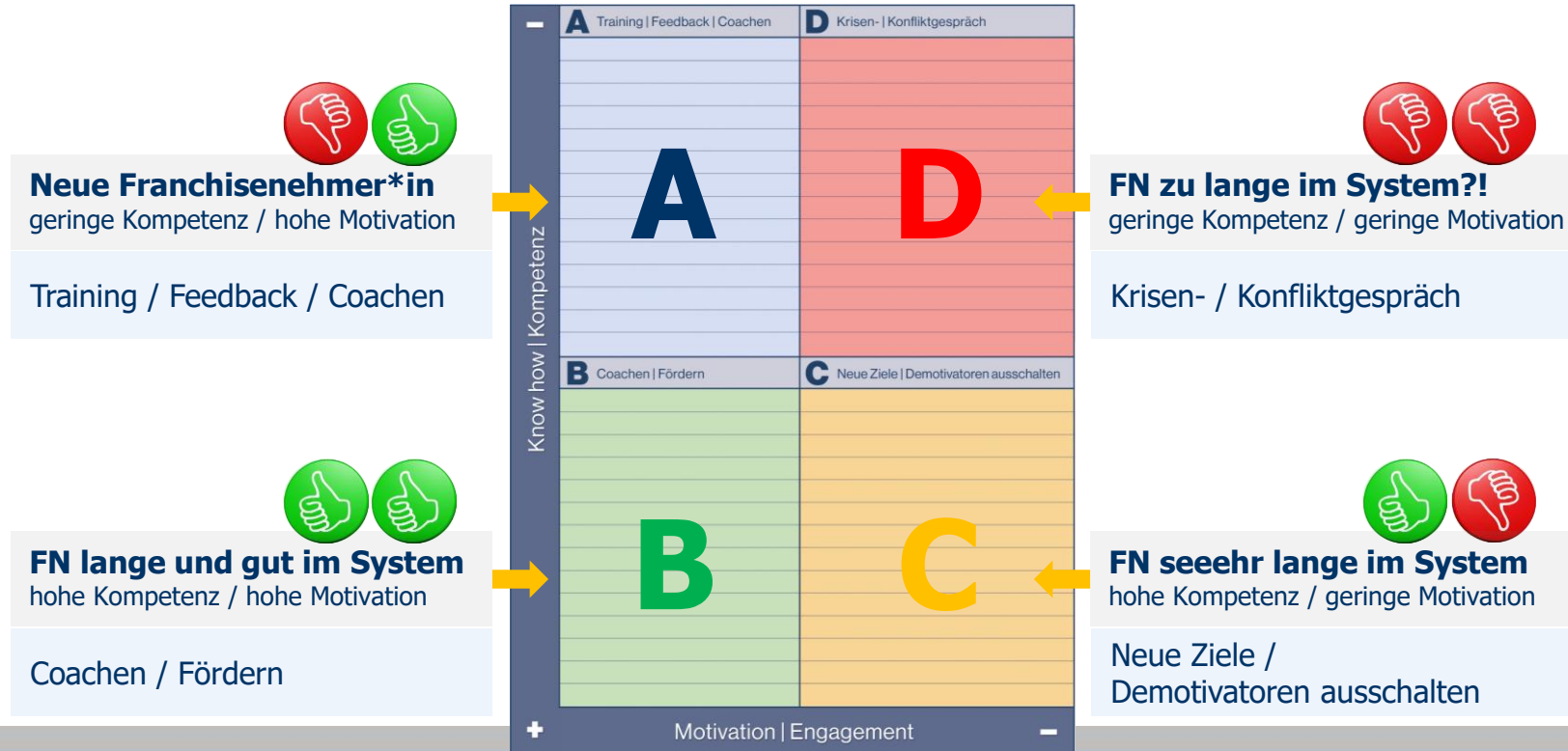
Das PM-Quadrat



Das PM-Quadrat / Wo stehen meine FN?



Das PM-Quadrat / Was tun?



Arten der Gespräche

Feedback, Coachinggespräch

→ **AB**

Förder- / Zielgespräch

→ **BC**

Krisen- / Konfliktgespräch

→ **CD**

Feedback

Spontan - anlassbezogen

- Thema klären

Mit Einverständnis

- Franchisenehmer*in und Partnermanager*in

Professionelles Feedback

Im „Sandwich“:

- + Was hat mir gut gefallen - konkret
- Beobachtetes Verhalten und ☹ Wirkung auf mich
- Veränderungsvorschlag (max. 3)
- + Positiver Abschluss

Führen durch Fragen

Ziele und Nutzen

- Selbstständigkeit und Selbstverantwortung fördern
- Konstante Weiterentwicklung
- Landkarte erweitern => Neues Lernen
- Eigene Lösung leichter akzeptiert

**„Die Qualität unserer Fragen
bestimmt die Qualität unserer Antworten.“**

Grundtypen von Fragen

- Offene Fragen
- Geschlossene Fragen
- Alternativfragen
- ~~Suggestivfragen~~

Fragen umformulieren

- „Waren Sie im Gespräch erfolgreich?“
- „Haben Sie die Marketingaktion letzten Monat umgesetzt?“

Spezielle Coaching Fragearten

- Rückkopplungsfragen
- Hypothetische Fragen
- Zirkuläre Fragen
- Konkretisierungsfragen
- Zielfragen
- Problemfragen
- Reframingfragen (Umdeutungsfragen)
- Emotionsbezogene Fragen
- Ökologiefragen
- Skalierungsfragen
- Zukunftsfragen

Rückkoppelungsfragen

- „Wenn ich Sie richtig verstehe, möchten Sie ...?“
- „Sie sagten, dass Ihrer Meinung nach ...?“



Gibt dem Gesprächspartner / der Gesprächspartnerin das Gefühl, dass Sie an ihm / ihr interessiert sind.

Hypothetische Fragen

- „Angenommen, wir vereinbaren X, was würde passieren ... ?“
- „Sollte dieser Fall eintreten, wie würden Sie reagieren ... ?“



Gesprächspartner*in muss „fertig denken“.

Zirkuläre Fragen

- „Wie würden Sie als Systemführung reagieren ... ?“
- „Angenommen, Sie wären in der Situation des Kunden / der Kundin, was würden Sie sagen ... ?“



Gesprächspartner*in versetzt sich in die Lage von X.

Konkretisierungsfragen

- „Wie genau würden Sie Ihre Kampagne gestalten ... ?“
- „Was genau haben Ihnen Ihre Kund*innen / Kolleg*innen gesagt ... ?“



Gesprächspartner*in muss weiter denken und konkret werden.

Zielfragen

- „Wo möchten Sie in zwei Jahren stehen ... ?“
- „Wie viele Mitarbeiter*innen werden Sie in einem Jahr haben ... ?“



Gesprächspartner*in macht sich ein Zielbild.

Problemfragen

- „Wo sehen Sie das größte Defizit ... ?“
- „Was belastet Sie in der Arbeit am meisten ... ?“



Gesprächspartner*in beschreibt seine / ihre Probleme.

Reframingfragen

- „Was könnte ein positiver Aspekt sein ... ?“
- „Was würde diese Investition Neues bewirken ... ?“



Gesprächspartner*in erkennt weitere Perspektiven.

Emotionale Fragen

- „Wie werden Sie sich fühlen, wenn ... ?“
- „Wie denken Sie, geht es Ihren Mitarbeiter*innen mit dieser Entscheidung ... ?“



Gesprächspartner*in „fühlt sich rein“.

Ökologiefragen

- „Was ist Ihr Beitrag, sollten wir ... ?“
- „Sollten wir den Standort neu bauen, wie viel Ressourcen könnten Sie investieren ... ?“



Gesprächspartner*in committet sich zu eigener Leistung.

Skalierungsfragen

- Auf einer Skala von 1 bis 10: 1 = sehr gut, 10 = sehr schlecht
- „Wie geht es Ihnen mit ... ?“



Gesprächspartner*in gibt spontan und „unbelastet“ Antwort.



Trotzdem: Hoher Informationsgehalt!

Zukunftsfragen

- „Heute in zwei Jahren, wo sehen Sie Ihren Betrieb ... ?“
- „Wie stellen Sie sich Ihre Arbeit nach dieser Veränderung vor ... ?“



Gesprächspartner*in erkennt das zukünftige Ergebnis.

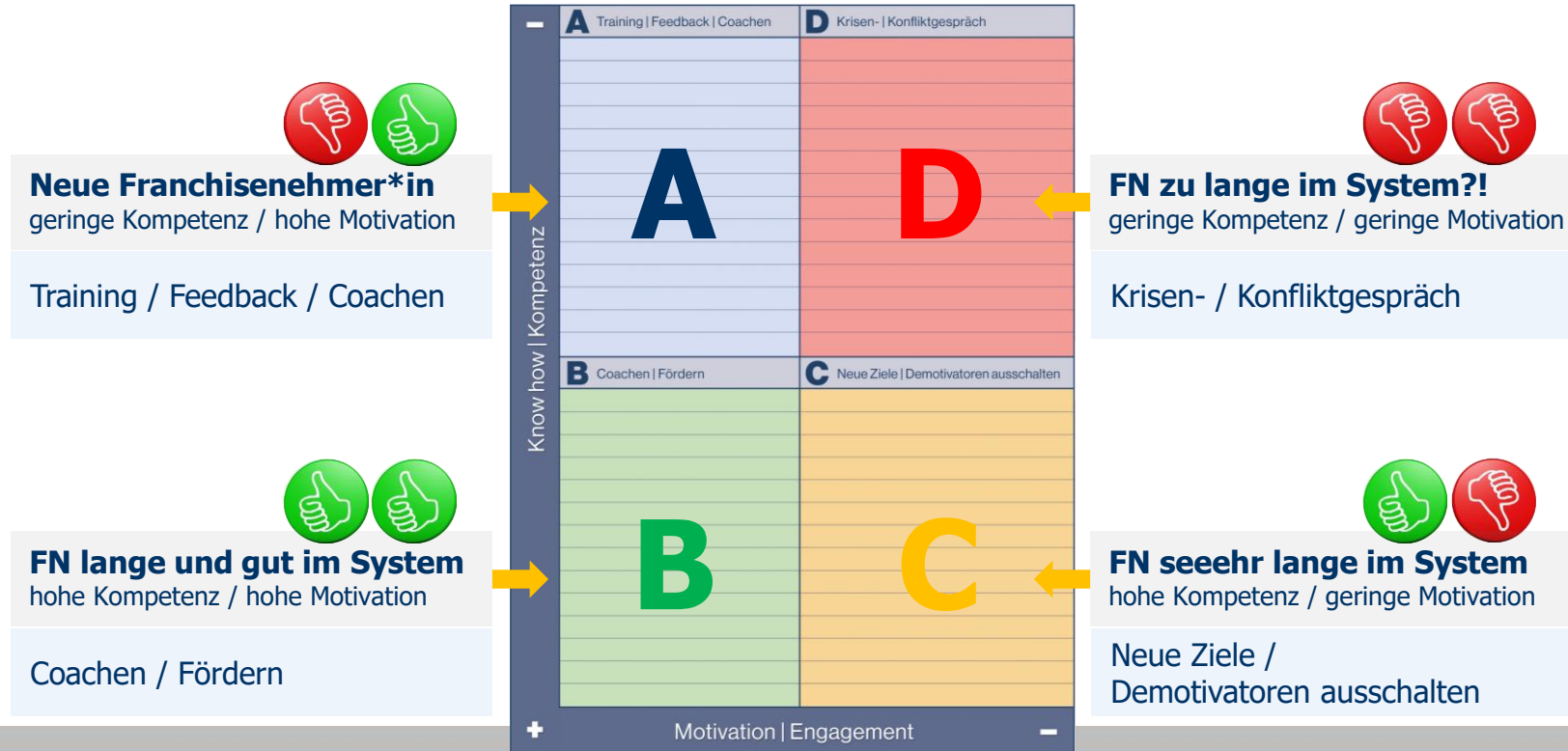
„Ultimative“ Coachingfrage

W S S V



Was schlagen Sie vor?

Das PM-Quadrat / Was tun?



Arten der Gespräche

Feedback, Coachinggespräch

→ **AB**

Förder- / Zielgespräch

→ **BC**

Krisen- / Konfliktgespräch

→ **CD**

Coaching – Prozess

- **Vorbereitung**
- **Eröffnung**
- **Coaching- / Feedback-Gespräch**
- **Abschluss**
- **Follow Up**

Praxisübung: Coachinggespräch

- **Kleingruppen**
 - PM instruiert FN über seinen / ihren Praxisfall & Videoeinstieg
 - Feedback / Anwendung von Fragen & Spiegeln
 - 1. + 2. Durchgang
- **Dauer: max. 6 Minuten**

Struktur eines Förder- / Zielgespräches

- **Vergangenheit**
 - Was ist gut gelaufen?
- **Gegenwart**
 - Was sind die Stärken?
 - Was sind die Vorlieben?
- **Zukunft**
 - Verbesserungs- / Entwicklungspotenziale (nicht Schwächen)
 - **Ziele formulieren** (aus Franchisenehmer*innen- und Partnermanager*innen-Sicht)
 - Konkrete Maßnahmen und Rahmenbedingungen
 - Kontrolle vereinbaren

Einwandbehandlung / Motivlenker

- Rapport & Verständnis: „ok ich verstehe Du sagst....“
- Fragestellung: „was abgesehen davon ist Dir noch wichtig?“
- Aktiv zuhören, eventuell nochmals nachfragen: „ok und was noch?“
- Lösung: „angenommen, wir finden eine Lösung die x und y beinhaltet, dann bist Du dabei?“
- Konkrete Schritte vereinbaren

FAZIT:

**Mache die Menschen um dich erfolgreicher,
und du wirst selbst erfolgreich sein!**



syncon-franchise.com



Vortrag zum Download:

www.syncon-franchise.com/downloads_partnermanagement-seminar

