

« La musique des chiffres se dévoile si on cesse de les regarder comme un objectif en soi pour découvrir leurs formes et leurs couleurs. Ils sont alors un vrai outil de communication entre les hommes, vecteur de performance de l'entreprise ».

Les objectifs Découvrir comment on peut utiliser un système de reporting pour améliorer la performance des franchisés et donc du réseau. Savoir l'utiliser pour animer le réseau. Comprendre les facteurs clés de succès de la conception à la mise en place.

le public concerné Chefs d'entreprises, directeurs franchise, animateurs de réseaux. Une petite sensibilité à la gestion est pré-requise pour participer à cette formation.

La méthodologie Centrée sur la pratique et fondée sur l'expérience terrain de l'animateur et des participants avec de recentrages et apports théoriques. Remise d'un support opérationnel aux participants.
Les personnes qui le souhaitent pourront amener leurs contrats et compte de résultat – bilan type afin de travailler directement dessus.
Groupe ne dépassant pas 12 participants.

L'intervenante **Pascale BEGAT**, (Approove), expert-comptable, membre du collège des experts de la FFF.
Elle a écrit son mémoire d'expertise comptable sur les systèmes de reporting dans les réseaux de franchise (prix du meilleur mémoire d'expert-comptable pour la Région Bourgogne Franche-Comté).

Des références clients : Best Optique , Climat de France, Descamps, Espace Epilation, France Quick, Francis Lefebvre Formation, Reims management school, Université de Haute Alsace, Ordre des Experts-comptables...

Le contenu du stage **Ce qu'est un bon système de reporting de réseau :**
Définitions et objectifs pour les franchisés et pour le franchiseur.
Réussir l'alliance de la fiabilité tout en alourdissant au minimum l'administratif.

L'approche par les risques, utile pour la mise en place d'un reporting:
Ce qu'est l'approche par les risques. L'utiliser pour définir des modalités de contrôles adaptées à chaque franchisé.

Les préalables :
Les contrats sont-ils compatibles ?
Les écueils à éviter : immixtion dans la gestion, suspicion, etc.
Les facteurs clés de succès : communiquer avant et pendant, tester au préalable sur ses pilotes, puis sur un ou deux volontaires.

Le reporting pertinent :
Choix des ratios financiers et/ou non financiers ;
Fréquence et délais, forme ;
Présentation d'un logiciel disponible sur le marché en internet total ;
Restitution des résultats au réseau et actions en découlant.

Ne pas oublier le reporting du service franchise !
Contenu et mise en œuvre.