

— G U I A —
FRANQUIAS
DE SUCESSO

**TENDÊNCIA PARA O FRANCHISING
PÓS-CORONAVÍRUS**

ÍNDICE

INTRODUÇÃO
pág. 03



**1. A NOVA GESTÃO:
ENXUTA E REMOTA**
pág. 04

**2. NOVOS MODELOS
DE NEGÓCIO**
pág. 06

**3. FOCO NO
DIGITAL**
pág. 07



**4. CONSUMO
À DISTÂNCIA**
pág. 09

**5. ECONOMIA
LOCAL EM ALTA**
pág. 11

**6. LIDERANÇA EFICAZ E
SOLIDÁRIA**
pág. 13



CONCLUSÃO
pág. 14

O FRANCHISING PÓS-CORONAVÍRUS



A pandemia do coronavírus já mudou e continuará mudando a rotina de pessoas em todo o mundo. A **forma de consumir** mudou, as **prioridades das empresas** foram drasticamente alteradas e até mesmo as **dinâmicas de trabalho** estão diferentes.

No mundo dos negócios e franchising, vários conceitos, ações e estruturas que **foram sólidas se mostram ineficientes** em um universo com distanciamento social e que a **preocupação com a saúde é o foco**.

Embora este ainda seja um momento de instabilidade, é certo que muitas das **mudanças** causadas pela Covid-19 **permanecerão no cotidiano** dos brasileiros daqui para frente. E já é possível identificar algumas delas.

Neste material, destacamos algumas tendências que já estão despontando entre as franquias e que devem fazer parte do mercado de franchising no **“novo normal”** – a vida depois da pandemia.

1. A NOVA GESTÃO: ENXUTA E REMOTA

Muitas empresas estão vendo agora que é possível **operar com excelência**, mesmo sem ter a equipe em reuniões intermináveis ou com o pessoal batendo papo ao lado do filtro de água.

A pandemia mostrou que uma **nova gestão baseada em times enxutos**, que trabalham de **forma remota** e utilizam **ferramentas digitais** para trabalhar em sincronia pode ser tão boa, ou melhor, quanto o modelo mais tradicional.

Com isso, em um mundo pós-coronavírus, as franqueadoras que puderem operar neste modelo podem abraçar esse formato como um caminho para **reduzir custos e agilizar os processos**.



REAJUSTE A SUA OPERAÇÃO



Transmita **confiança** para sua equipe e franqueados sobre o **trabalho remoto**.

Ofereça **capacitação** para que os franqueados e suas equipes possam **melhorar habilidades** necessárias no novo modelo.

Busque e sugira **ferramentas** eficientes para o **trabalho remoto**.

Incentive os franqueados a criarem **rotinas de trabalho** e segui-las à risca, independente de onde estiverem fisicamente.

2. NOVOS MODELOS DE NEGÓCIO

Apesar do momento delicado, **ainda existem muitas pessoas** buscando uma franquia para chamar de sua. Porém, o tipo de modelo de negócio que procuram mudou. Neste cenário, devem se destacar as franquias que:

- ✔ Oferecerem modelos de negócio **home-based**;
- ✔ Tiverem **custos reduzidos** de implementação e operação;
- ✔ Forem **simples de operar**;
- ✔ Derem ao franqueado **mais de um caminho para vender**;
- ✔ Demonstrarem **preparo e estrutura** de suporte realmente efetivos durante a crise.

“

“Depois da pandemia, os investidores vão se preocupar muito com os riscos futuros. E isso está diretamente ligado à complexidade operacional, tamanho da equipe e custos fixos.”

”



José Fugice, CEO da GOAKIRA

3. FOCO NO DIGITAL

Ainda não há data definida para a realização dos tradicionais eventos em franchising, já que as aglomerações estão proibidas. Isso significa que, em poucos meses, as estratégias e canais digitais passaram a ser a única maneira de ter **possibilidade de crescer** (e de fechar negócios) na pandemia.

A importância de blogs próprios, redes sociais, anúncios online e portais especializados no setor aumentou a olhos vistos. **A internet é agora a principal fonte de pesquisa** e para os interessados em franchising.

Neste cenário, vão sobreviver as franqueadoras que **abraçarem a produção de conteúdo e o marketing digital** agora e que vão continuar com o trabalho depois da pandemia.



POR QUE COMEÇAR AGORA



- ✔ As **buscas por franquias continuam** no mundo virtual, mesmo que o processo de decisão seja mais longo;
- ✔ Mais do que nunca, **sua equipe comercial vai precisar de leads** para trabalhar quando vier a retomada;
- ✔ Sua marca precisa **transmitir segurança diante da crise** e manter o diálogo aberto com os futuros candidatos;
- ✔ Novas edições de **eventos presenciais** de larga escala - como feiras e congressos - vão **demorar a voltar a acontecer**;
- ✔ Leads bem trabalhados durante esse período - com o apoio de conteúdo de qualidade - estarão **mais prontos para fechar negócio** lá na frente.



4. CONSUMO À DISTÂNCIA

Em tempos em que o ideal é passar o máximo de tempo possível em casa, muitos consumidores estão descobrindo **novas formas de comprar**.

O **delivery** tornou-se um dos serviços mais utilizados durante a quarentena e está ajudando muitas franquias de alimentação. Já na educação, é o **ensino à distância** que tem ajudado a driblar os efeitos da crise.

E quem conheceu a comodidade de consumir produtos e serviços sem sair de casa e se identificou com o formato, deve **continuar consumido “à distância”** sempre que puder, mesmo depois que o período de isolamento se encerrar.

Atendendo à essa demanda, as franqueadoras precisarão **fortalecer seus canais de vendas e prestação de serviços remotos**.



O BRASIL PÓS-COVID-19



26,7% foi o crescimento do e-commerce brasileiros entre janeiro e março de 2020. [Compre&Confie]



30,5% foi o aumento de vendas online de fevereiro e março de 2020, comparado ao mesmo período do ano anterior. [ABComm]



90% dos brasileiros estão evitando comer fora de casa e dando preferência para o **delivery** e preparo de refeições em casa. [Galunion e Qualibest]



30% e 100% são os aumentos esperados para as vendas online e aprendizado à distância, respectivamente, depois da pandemia. [FGV]

5. ECONOMIA LOCAL EM ALTA

Durante a quarentena, as pessoas estão **evitando percorrer longas distâncias para consumir** e fugindo de locais muito longe de suas casas.

Também soma-se a isso a utilização mais frequente dos serviços de delivery – que só atendem as imediações dos estabelecimentos que os utilizam –, o que fez muitos consumidores voltarem o foco para **os negócios em sua região**.

Se as franquias **souberem fidelizar** os consumidores que moram no entorno das unidades, a tendência é que eles continuem comprando mesmo depois da pandemia.

Com isso, a **economia local** em muitas regiões deve **ganhar força** e, com ela, o hábito de valorizar os estabelecimentos que estão no mesmo bairro de residência.



DE OLHO NA VIZINHANÇA



Incentive os franqueados a contratarem **funcionários que residam na região** em que a franquia está instalada.

Crie **programas de descontos** e condições especiais para que os franqueadores ofereçam para os **clientes que moram nas imediações**.

Desenvolva **programas sociais** e incentive os franqueadores a fazer o mesmo em **seus bairros**.

Oriente a rede a fazer parcerias e consumir **produtos e serviços dos comerciantes locais** também.

6. LIDERANÇA EFICAZ E SOLIDÁRIA

Em momentos desafiadores, a **liderança é colocada à prova**.

Desta vez, consumidores e potenciais franqueados estão de olho não só na forma como os líderes vão evitar os prejuízos financeiros, mas também na maneira como estão se posicionando frente à uma situação que tem afetado a **saúde, o bem-estar e a vida dos brasileiros**.

A partir deste momento, os líderes de redes de franquias (e suas marcas) serão avaliados **não só pela forma como conduzem os negócios**, mas, também, **como tratam as pessoas**.

Empatia, solidariedade, parceria e compreensão serão qualidades essenciais para os gestores e se refletirão na sua avaliação perante consumidores, parceiros e potenciais investidores.

“

“É momento de liderar pela inspiração, de criar espaços psicologicamente seguros para criatividade, inovação, trabalho em equipe e produtividade.”

”



Adir Ribeiro, CEO e fundador da Praxis Business

CONCLUSÃO

É fato que **o mundo não será o mesmo depois da pandemia**. Quanto mais cedo as redes de franquias entenderem isso, mais rápido poderão ajustar suas estratégias e modelos de negócio para o “novo normal”.

Também fica claro que redes de franquias que desejam continuar operando durante e depois da pandemia **não podem esperar a crise passar**.

Elas precisam **tomar atitudes já**: investir em canais digitais para continuar captando e nutrindo seus leads; otimizar seus processos de gestão remota; investir em tecnologia; repensar seus formatos de franquias e se posicionar de maneira empática e solidária.

As redes que fizerem isso certamente **sairão mais fortes e estarão melhor preparadas** para o novo mundo que espera o franchising.



— G U I A —

FRANQUIAS

D E S U C E S S O

Entre em em contato para anunciar conosco (**temos planos e condições especiais para este período de crise do coronavírus!**):

comercial@guiafranquiasdesucesso.com
(11) 99505-8373 (Whatsapp)

Data de publicação: 25/04/2020

Expediente: Daniela Moreira (Editora-chefe) | Karina Azevedo (Editora) | Luiza Olinda (Repórter)

©2020 Guia Franquias de Sucesso - Todos os direitos reservados