

KURZKONZEPT

DIE HOMEPAGE FÜR FRANCHISE-GEBER

Franchise-Interessenten für sich gewinnen

In der Gewinnung von Interessenten für Ihre Franchise-Partnerschaft nimmt die eigene Unternehmenswebsite eine zentrale Rolle ein. In der Regel landen auf dieser all jene Kontakte, die zuvor über Ihre Kommunikationsaktivitäten auf Ihr Franchise-System aufmerksam geworden sind. Ihre Website ist ein zentraler Dreh- und Angelpunkt, auf der alle Kanäle zusammenlaufen. Damit ist sie wie eine Art Tür von der virtuellen zur realen Welt. Über sie werden aus Besuchern echte Interessenten.

Und daraus ergibt sich die vielleicht wichtigste Anforderung: **Durchlässigkeit!** Ihre Unternehmenswebsite muss den Besucher abholen, sein Informationsbedürfnis befriedigen und ihn dann dazu motivieren, mit Ihnen Kontakt aufnehmen zu wollen. Wenn eine Website diese Anforderung nicht erfüllt, sind viele der Kommunikationsaktivitäten nutzlos, da sie ins Leere laufen. Im Hinblick auf die Interessentengewinnung darf die Unternehmenswebsite also nicht wie eine Mauer sein, die nur schwer zu überwinden ist oder an der man sogar abprallen kann. Vielmehr soll sie die Chancen, dass sich ein Interessent bei Ihnen meldet, vergrößern.

Im Nachfolgenden erhalten Sie einige Anhaltspunkte, was eine Unternehmenswebsite leisten muss, um die Interessenten- und Mitarbeitergewinnung zu beflügeln.

Eigene URL für die Franchise-Seiten?

Sollte man auf der Unternehmenswebsite einen eigenen Menüpunkt „Franchise“ und/oder „Karriere“ integrieren? Oder ist es besser, eine ganz eigene Internetseite zu gestalten, die ausschließlich der Interessentengewinnung dient? Unsere Empfehlung ist es, die Karriere- und Franchise-Seiten auf der regulären Unternehmenswebsite zu integrieren. Vorteil: Sie können von dem bereits bestehenden Traffic durch den Endkunden profitieren und diese zum Beispiel über prominente Banner auf die Karriere- und Franchise-Seiten holen. In der Regel befinden sich unter den Endkunden schließlich eine Menge potenzieller Franchise-Partner. Eine eigene Franchise- und Karrierewebsite sollten Sie immer dann in Erwägung ziehen, wenn sich Endkunden-Zielgruppe und Franchise-Partner-Zielgruppe widersprechen.

Gute Auffindbarkeit

Nicht selten kommt es vor, dass man die Karriere- und Franchise-Seiten erst suchen muss, wenn man sich auf

der Startseite der Unternehmenswebsite befindet. Achten Sie daher darauf, dass die Seiten prominent beworben und leicht auffindbar sind. Wer seine Seiten versteckt, darf sich schließlich nicht über zu wenig Bewerber wundern.

Content ist Trumpf

Neben einem ansprechenden Design sollten alle wichtigen Inhalte für den Interessenten schnell und verständlich zu erfassen sein. Die wichtigsten Fragen, die ein Interessent hat, sollten möglichst schnell und leicht beantwortet werden:

- Welches Geschäfts- und Unternehmenskonzept bieten Sie an?
- Wen suchen Sie als Franchise-Partner? Was sind seine Aufgaben?
- Was sind die tatsächlichen Vorteile der Franchise-Partnerschaft?
- Was sind die Konditionen und Verdienstchancen?
- Wer steht als Franchise-Geber dahinter?
- Wie läuft der Bewerbungsprozess? Was sind die nächsten Schritte?

Bei der Content-Erstellung reicht es nicht aus, die Website als Broschüre im Internet zu verstehen. Arbeiten Sie möglichst multimedial. Texte sollten von aussagekräftigen Bildern und idealerweise auch Videos umgeben sein. Das schafft Abwechslung! Außerdem empfiehlt es sich, mit Testimonials zu arbeiten. Lassen Sie Ihre erfolgreichen Franchise-Partner auch auf Ihrer Website zu Wort kommen. Testimonials genießen eine hohe Glaubwürdigkeit.

Kontaktaufnahme motivieren

Machen Sie es dem Bewerber so einfach wie möglich. Wer erst lange nach einer Kontaktmöglichkeit suchen muss, wird es sich vielleicht anders überlegen. Am besten ist es daher, wenn mindestens eine Kontaktmöglichkeit immer sichtbar ist. Ein Kontakthinweis kann zum Beispiel in der Kopfzeile oder in eine Spalte am Seitenrand integriert werden, von dem aus man dann zur eigentlichen Kontakt-Unterseite gelangt.

- Benötigte Angaben: Überlegen Sie, welche Angaben Sie zu diesem Zeitpunkt wirklich benötigen. Je mehr Informationen Sie bereits abfragen, desto größer wird die Hürde für den Interessenten, sich bei Ihnen zu melden.
- Rückruf-Funktion: Bieten Sie die Möglichkeit an, den Interessenten zu einem von ihm gewünschten Zeitpunkt anzurufen.
- Ansprechpartner: Bewährt hat sich, einen persönlichen Ansprechpartner mit Name, Bild und Kontaktmöglichkeiten anzugeben. So weiß der Interessent sofort, mit wem er es zu tun hat und wer ihm evtl. Rückfragen beantworten kann.

Positive Candidate Experience

Für Franchise-Geber ist es ein wichtiger Erfolgsfaktor, für eine positive „Candidate Experience“ zu sorgen. Und das fängt schon bei der Kommunikation auf Ihrer Website an. Nicht nur Sie als Franchise-Geber möchten bald

eine Menge Informationen über Ihren Bewerber haben. Auch Ihre Interessenten haben ein eigenes Informationsbedürfnis, das es hier zu befriedigen gilt. So haben Studien gezeigt, dass Jobsuchende insbesondere die nachfolgenden Informationen wünschen:

- Ansprechpartner mit Kontaktdaten
- Informationen über das weitere Bewerbungsverfahren
- Informationen über benötigte Unterlagen

Den Ansprechpartner und die Informationen über das weitere Verfahren können Sie bereits auf der Website beschreiben. Hat der Interessent die Anfrage abgeschickt, sollten Sie in jedem Fall auch die Bestätigungs-E-Mail dafür nutzen, weitere Informationen zur Verfügung zu stellen (z.B. Franchise-Broschüre) oder die benötigten Unterlagen anfordern (z.B. Lebenslauf). Auf Dauer empfiehlt es sich, die Prozesse möglichst zu automatisieren. Das spart Zeit, Manpower und verschafft dem Interessenten ein Gefühl von Transparenz und Professionalität.

Optimiert für mobile Endgeräte

Ein responsives Design, das die Inhalte auch auf mobilen Endgeräten professionell darstellt, gehört heute zum Standard und darf daher auch bei den Karriere- und Franchise-Seiten nicht fehlen. Darüber hinaus sollten die Inhalte auch über Social-Media-Kanäle teilbar sein.

Ergänzende Leitfäden zu diesem Thema finden Sie auf www.franchisemotion.de

Leitfaden „Good Stories erstellen und verbreiten“

Interviewleitfaden „Testimonials“

Kurzkonzept „Präsenz als Franchise-Geber in Socialen Medien“

Kurzkonzept „Anforderungen für Franchise-Systeme an die Web-Präsenz“