

## R. Macé (Shiva) : « Nos prestations répondent de plus en plus à des besoins précis des clients »

29.03.2013, Interview de la rédaction relue par l'enseigne



“ Régine Macé, directrice réseau pour le compte de l'enseigne Shiva depuis trois ans et demi, nous livre la vision franchiseur de la marque spécialiste du ménage et repassage à domicile, ainsi que la stratégie de développement de celle-ci dans les années à venir. ”



Crédits photo : Droits Réservés  
Régine Macé, directrice réseau Shiva

### COMMENT CONCEVEZ-VOUS VOTRE RÔLE DE

**FRANCHISEUR ?** En tant que franchiseur, Shiva doit amener des conseils avisés, des processus rodés et un véritable savoir-faire aux franchisés. De cette façon, **le franchisé peut n'avoir qu'une seule obsession, le développement de son affaire**, qui passe notamment par la fidélisation des employés de maison, et la fidélisation et le recrutement des clients. De façon plus concrète, cela se traduit par une aide au démarrage, où les franchisés peuvent compter sur trois semaines de formation théorique et une à deux semaines d'immersion dans une agence. A l'ouverture de leur centre, grâce à notre système, ils ne se posent plus de questions administratives. Au quotidien, les franchisés peuvent s'appuyer sur **un responsable région référent prêt à répondre à toutes leurs questions**, ainsi que sur un centre au siège pour toutes les questions liées au backoffice.

Bien sûr, un franchisé qui démarre aura besoin de plus d'aide et de présence que celui qui a déjà quatre ou cinq ans d'expérience en agence Shiva. La présence de nos experts est donc d'abord physique, les premiers temps, avant d'être par la suite surtout téléphonique.

**COMMENT AVEZ-VOUS FAIT ÉVOLUER VOTRE CONCEPT DEPUIS SA CRÉATION ?** Nous l'avons fait évoluer régulièrement, au jour le jour. Nos prestations répondent de plus en plus à des besoins précis des clients. Dans cette optique, nous avons lancé **de nouveaux produits** comme la prestation résidence secondaire, la prestation vitres (pour les vitres difficiles d'accès), la prestation ménage professionnel, le suivi de qualité. Nous avons également développé **différents partenariats** avec des marques de produits ménagers ou avec d'autres acteurs du ménage par exemple. A chaque fois, avant de lancer une nouvelle prestation, nous l'avons testée dans l'une de nos succursales, avant de la proposer aux franchisés. De cette façon, nous sommes sûrs de proposer un produit fini, suivant un processus bien réfléchi.

Sur un autre point, la charte des agences a également changé. Nous avons fait évoluer les animations des vitrines, qui présentent des affiches avec les thèmes du trimestre, et nous avons **revu la dimension de nos agences**. Elles sont désormais plus petites, autour de 40 m<sup>2</sup>, au lieu des 80 m<sup>2</sup> précédents. Nous n'avons pas besoin d'autant de surface et cela a permis de réduire les coûts de façon très notable. Dans ces 40 m<sup>2</sup>, un espace accueil et un espace réunion permettent au franchisé et à son salarié de développer sereinement leur centre Shiva.

Enfin, nous avons **des sessions de recrutement des employés de maison de plus en plus sélectives**, car la fidélisation de nos clients passe par la qualité du service. Nous faisons ainsi passer des tests d'une journée, ainsi que des contrôles au quotidien, afin de nous assurer de la qualité de service.

**QUEL RÔLE LE FRANCHISÉ PEUT-IL JOUER À L'INTÉRIEUR DE VOTRE RÉSEAU ?** Nous avons créé des **comités participatifs** depuis un an, sur les thèmes du développement, du marketing, de la fidélisation des employés de maison et de l'exploitation. Chaque comité se compose de trois ou quatre franchisés et de responsables franchiseurs. A eux ensuite de proposer de nouvelles solutions pour améliorer et faire évoluer l'enseigne et son concept. Nous organisons également des **conventions nationales et régionales** afin d'échanger sur les différents sujets liés à l'enseigne. Au prochain séminaire, nous demanderons notamment aux franchisés à quel comité ils veulent participer. Le choix se fera en fonction des affinités professionnelles, sachant que les membres de ces comités changent une fois par an. Pour l'instant, nous fonctionnons au volontariat, mais nous sommes prêts à passer au vote du réseau si besoin à l'avenir.

Enfin, pour ma part, dans le cadre du recrutement de nouveaux franchisés, **je suis accompagnée d'un franchisé qui participe ainsi au processus de recrutement**. Les candidats passent également du temps avec les franchisés, en immersion, afin d'échanger sur leur expérience.

**BILAN DE L'ANNÉE ÉCOULÉE ET PERSPECTIVES DE DÉVELOPPEMENT** Nous avons recruté 20 nouveaux franchisés en 2012, et sur l'année 2011-2012 (nous fonctionnons en année scolaire), nous avons fini à plus 34 % de chiffre d'affaires. Notre objectif pour les années à venir est de **recruter 20 nouveaux franchisés chaque année**, sans compter les ouvertures d'agences de franchisés déjà en place. D'ici 2015, nous espérons ainsi doubler le nombre d'agences Shiva et passer à 130-140 agences en France. Nous cherchons ainsi à nous développer un peu partout, notamment du côté de Grenoble (38), Metz (57), Dijon (21), Avignon (84), Saint-Brieuc (22), Quimper (29)... Notre métier demande beaucoup de proximité, ce qui permet de se développer dans des zones variées. Nous ciblons surtout les villes, mais nos choix sont aussi guidés par les rencontres. **De nombreuses opportunités sont encore à saisir** pour faire croître le réseau Shiva et se développer en son sein. Intégrer le réseau Shiva représente ainsi un vrai projet de vie pour un candidat, d'autant qu'il est encore possible de choisir son lieu d'implantation et sa manière de se développer professionnellement. Intégrer Shiva permet en plus de créer une vraie valeur patrimoniale.