

S'affilier, un bon moyen de ne pas sombrer dans la solitude du chef d'entreprise

J'ai reçu ces jours derniers plusieurs candidats intéressés par notre enseigne. Tous étaient des chefs d'entreprise aguerris et professionnels de nos métiers. Tous me faisaient remarquer qu'ils ressentait une grande solitude face aux grandes incertitudes économiques qui planent, ou aux grands enjeux de demain dans nos métiers. Tous se plaignaient de ne pas pouvoir suffisamment échanger, confronter les idées, parler des problèmes qu'ils rencontrent vis-à-vis notamment de la gestion du personnel et d'une réglementation sociale et fiscale trop lourde et changeante.



Philippe Gentil, président de POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC®.



Tous me faisaient observer que leur volonté de rejoindre notre marque était motivée par le fait de pouvoir aborder tous ces thèmes et espérer trouver des réponses sur base de l'expérience que nous avons et que nous leur apportons mais également sur les échanges qu'ils pourraient avoir entre "membres d'une même assemblée", sans être concurrents.

Cette expérience se partage d'autant mieux que notre réseau de chefs d'entreprise bouge, s'affirme et se développe. En l'espace de quelques mois, nous avons inauguré plusieurs nouveaux magasins, de magnifiques complexes funéraires (funérariums, espaces marbrerie et magasins de pompes funèbres). La confiance des entrepreneurs membres du réseau se renforce, et chacun a bien compris, qu'en investissant dans des ouvrages d'accueil aux familles et aux clients et en affichant clairement l'appartenance à une marque de premier plan, il serait plus simple de développer et de pérenniser ses affaires.

Chacun a bien compris également que faire partager son expérience permettait à l'ensemble des membres du groupe de progresser. Il y a quelques jours, une famille d'entrepreneurs de la région Rhône-Alpes a souhaité visiter certaines des installations réalisées par nos affiliés. Elle voulait le faire tout d'abord pour mesurer la satisfaction que les affiliés tiraient de faire partie de l'enseigne POMPES FUNEBRES

... l'implication des affiliés de notre réseau, ainsi que notre volonté d'accompagner les entreprises affiliées dans leur développement commercial

Pascal LECLERC® et ensuite pour visualiser les concepts de la marque qui sont utilisés dans les points de vente, les bâtiments d'accueil du public tels que chambres funéraires, crématoriums, véhicules, etc.

En visitant les nouvelles installations de Jury, en Moselle, ou encore le nouveau point de vente de Metz en cours de travaux, cette famille d'entrepreneurs a pu mesurer l'implication des affiliés de notre réseau, ainsi que notre volonté d'accompagner les entreprises affiliées dans leur développement commercial.

Le lendemain, lors de la visite du point de vente de Courbevoie, ce couple et leur fille (qui travaille avec ses parents) ont pu apprécier le travail collectif (c'est-à-dire celui entrepris entre l'affilié et les animateurs de l'enseigne ainsi que certains fournisseurs) réalisé dans l'aménagement du magasin. Chaque détail a été pensé avec minutie, qu'il s'agisse du mobilier, de l'éclairage, de l'ambiance musicale, visuelle, olfactive, de la circulation de la clientèle dans le magasin et autres (dont certains sont exclusifs à la marque). Si la personnalité des dirigeants du point de vente a été parfaitement respectée, les codes et concepts préconisés par la marque POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC® ont été appliqués avec soin et ce dans le but d'assurer la meilleure possibilité de recevoir les familles et leur prodiguer les meilleurs services.

Bien entendu, rien ne remplace la qualité des hommes et des femmes qui prennent quotidiennement les clients en charge. Le professionnalisme et le sens de l'accueil et de l'accompagnement sont des valeurs incontournables qui restent la clé de voûte de notre profession et que la marque POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC® défend avec vigueur.

Aujourd'hui, ce sont des qualités nécessaires mais qui doivent être complétées par de lourds investissements humains, matériels et financiers.

En inaugurant successivement différents complexes funéraires réalisés par les affiliés du réseau POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC® et en observant les récents investissements d'envergure réalisés par eux, je reste frappé par leur volonté d'œuvrer davantage pour que leurs entreprises se consolident et renforcent leur position sur leur marché.

Même si je comprends bien la logique, cette confiance gagnée m'invite à penser, avec beaucoup d'humilité, que nous avançons dans le bon sens et que les affiliés qui ont bien compris notre stratégie, ont de plus en plus envie d'accompagner le mouvement.

En tout cas, je salue l'ensemble des chefs d'entreprises de notre réseau qui engagent et mobilisent autant de moyens pour satisfaire leurs clients. Cela est vraiment remarquable lorsqu'on sait toute la difficulté d'être entrepreneur en France. En ces temps de difficultés économiques, s'engager dans de telles entreprises relève de l'audace ou d'un courage exceptionnel. À moins qu'il s'agisse tout simplement d'un goût immodéré de servir au mieux les familles ? Cela ne me

surprendrait pas lorsque je connais certains affiliés, entièrement tournés vers la qualité de service au client.

Ne rêvons pas, le marché est en train d'évoluer beaucoup plus rapidement que nous ne l'imaginons. Demain, les obsèques seront de plus en plus anticipées et préparées à l'avance par les clients, et les opérateurs qui seront restés seuls, sans infrastructures suffisantes, sans personnel formé et qualifié, et sans une politique commerciale alliant transparence et justesse des prix, choix des produits et services, dignité et qualité, seront voués à une disparition certaine. Cela ne va pas se produire immédiatement, mais on sent bien la lame de fond qui remonte lentement des profondeurs du marché. La profession qui a dans son ensemble déjà beaucoup investi jusqu'à présent doit persévérer pour répondre aux prochains enjeux du marché. Je suis heureux de constater que dans une conjoncture de marché parfois difficile, les membres du réseau POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC® ont, dans la mesure de leurs moyens, emboîté le pas.

La dynamique POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC® leur permet de rester en "éveil permanent" face aux enjeux qui se présentent à eux. Une marque qui fonctionne, c'est cela aussi : un franchiseur qui propose des orientations et des analyses à des affiliés agissant dans leurs intérêts et dans ceux de la marque qu'ils représentent. Je constate que ces échanges fonctionnent de mieux en mieux et je suis pleinement confiant quant à l'avenir de notre enseigne.

Philippe Gentil

Chaque détail a été pensé avec minutie, qu'il s'agisse du mobilier, de l'éclairage, de l'ambiance musicale, visuelle, olfactive, de la circulation de la clientèle dans le magasin...

... un franchiseur qui propose des orientations et des analyses à des affiliés agissant dans leurs intérêts et dans ceux de la marque qu'ils représentent

Vie des entreprises

S'affilier, un bon moyen de ne pas sombrer dans la solitude du chef d'entreprise