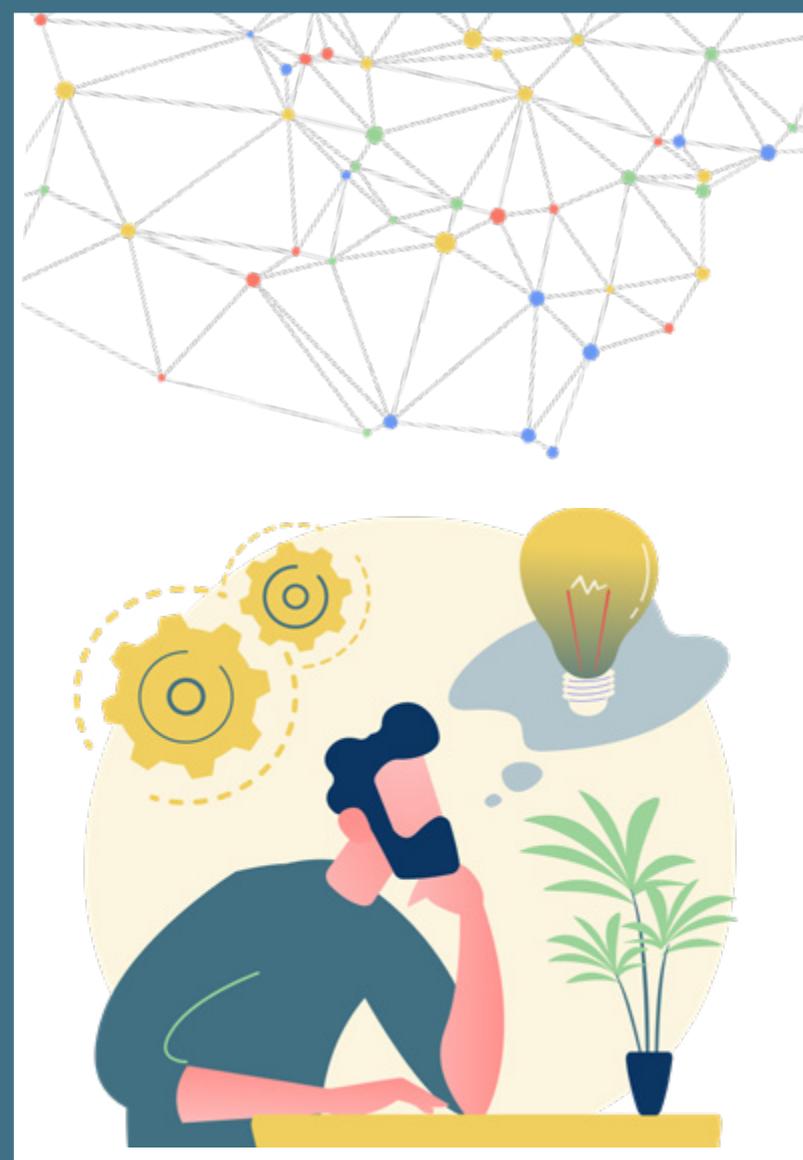


PORTALES DE FRANQUICIA

10

RESPUESTAS QUE DEBES CONOCER



Introducción

Cada día son muchas las ocasiones en que se nos pregunta por la conveniencia y las ventajas de estar presente en un portal de franquicias.

Lo cierto es que frente a otros muchos medios es el mejor vehículo para generar contactos cualificados, dirigir visitas hacia tu web y dar a conocer tu empresa. Y por supuesto, es la mejor relación calidad-precio.

Lo importante no es si estar o no estar. Lo importante es seleccionar en qué portal estar.

Lo que sigue son 10 preguntas que pueden cambiar tu percepción de los portales de franquicia y en este caso de [Franquicias Hoy](#).

Portales de franquicia: el principal medio de promoción de tu enseña

Según el reciente informe **Perspectivas Franquicias 2022**: "Los portales de franquicia no solo siguen siendo el principal medio de promoción para las empresas franquiciadoras, sino que tras haber experimentado con otros medios y acciones, marcan una clara tendencia de evolución y vuelta a los mismos". En el informe se destaca la consolidación de muy pocos portales de franquicia con gran aceptación por parte de las empresas franquiciadoras frente a la amplitud de la oferta existente.

A fecha de hoy, existe una amplia oferta que en muchas ocasiones dificulta una adecuada elección. Estar presente en uno o más portales de franquicia es una asignatura obligada para las empresas franquiciadoras si quieren darse a conocer y canalizar candidatos hacia sus propias páginas web.

En palabras de **Selina Olmedo**, fundadora de **Franquicias Hoy**: *"la inversión en un portal de franquicias es la opción más rentable por encima de cualquier otro medio o canal para la expansión de toda empresa franquiciadora y tengo la certeza de que nuestro portal es una de las mejores opciones"*.

La elección de un portal de franquicia debe basarse en aquellos que son los más leídos, más difundidos, que mayor número de referencias son capaces de dirigir hacia la web de cada empresa, que aportan referencias de calidad en su propia plataforma y generan la cobertura online y offline más potente.



¿Cuál es la función de un portal de franquicias?

Los portales de franquicia se han convertido en el canal principal de difusión de las enseñanzas franquiciadoras y también son el principal generador de referencias hacia las mismas.

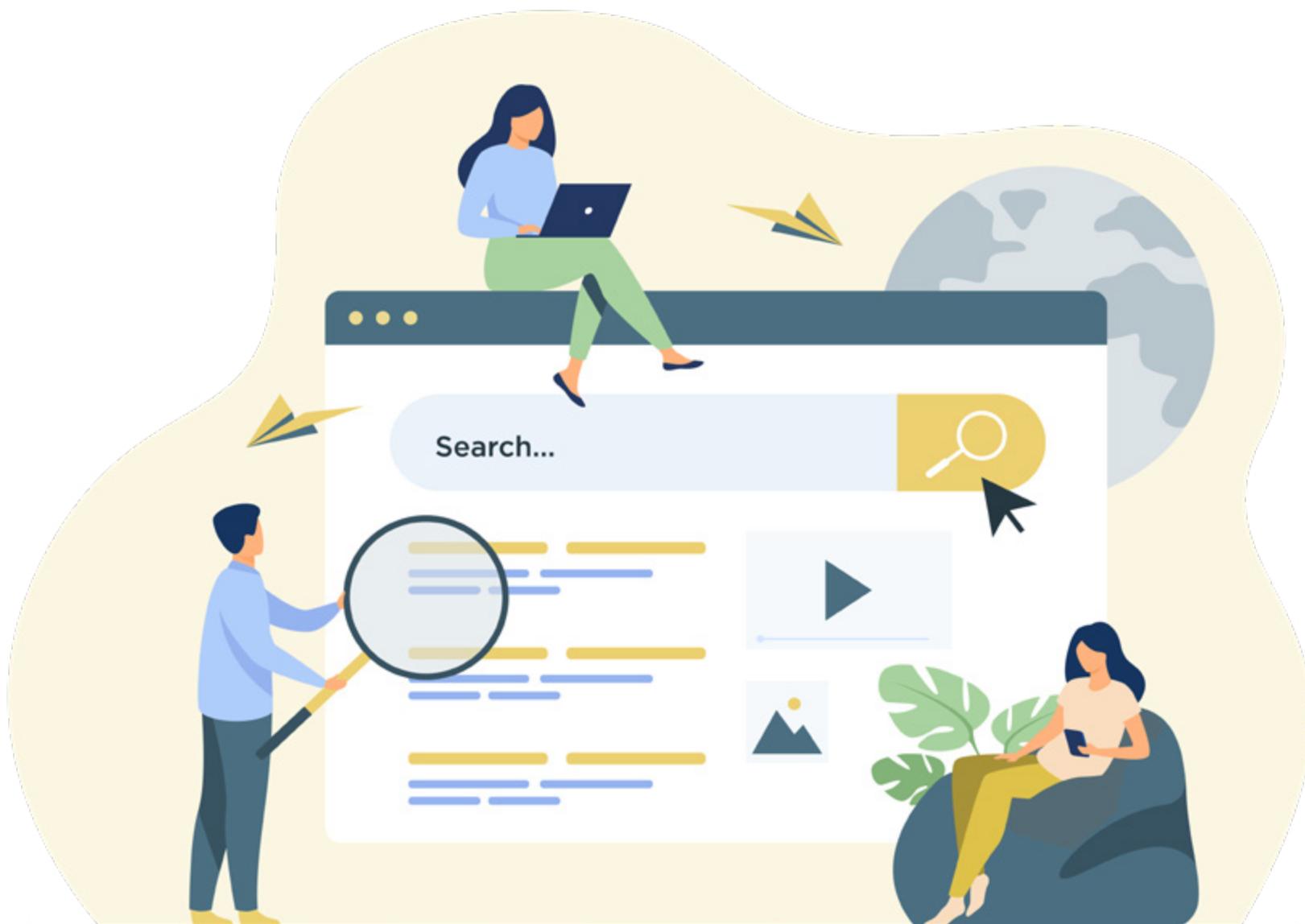
Las funciones principales de un portal de franquicias son dos:

1. Generar candidatos cualificados:

Permiten conectar con miles de emprendedores que podrán acceder y conocer tu marca.

2. Branding:

Podrás dar a conocer tu marca de forma inmediata a todas aquellas personas, candidatos e inversores interesados en la franquicia y en particular en el sector de actividad donde estás especializado.



¿En qué se parece un portal de franquicias a Booking, Idealista, Amazon...?

Realmente en nada.

- **Booking** es un portal de reservas de alojamientos que permite conocer todo tipo de ofertas en cualquier lugar.
- **Idealista** es un portal inmobiliario que facilita el encuentro entre compradores y vendedores.
- **Amazon** es un portal de compras que ofrece todo tipo de productos a sus clientes.

Pero en la práctica si.

- **Franquicias Hoy** es un portal de franquicias que conecta a las empresas franquiciadoras con emprendedores e inversores.

Un portal de franquicias es un escaparate para las marcas que favorece el encuentro de estas con los inversores. Para la mayor parte de las marcas y en particular, aquellas que se inician, la falta de presencia en los principales portales es el equivalente a no ser percibidas en el ámbito de la franquicia.

Por otro lado, el coste comparado con cualquier otro medio es irrelevante frente a los amplios resultados que van a conseguirse.

En el caso de **Franquicias Hoy** estamos en condiciones de poder garantizar un mínimo número de referencias y candidatos mensuales para cada empresa en función del sector en que opere.



¿Dónde acuden todos los emprendedores?

Todo candidato, emprendedor e inversor que se interesa por la franquicia acude siempre a los principales portales de franquicia. Es un paso obligado antes de tomar cualquier decisión.

Todas las empresas que quieren franquiciar y buscan franquiciados, deben estar presentes allí donde acuden los candidatos.

El **87%** de los emprendedores conoce a las empresas franquiciadoras a través de un limitado número de portales de franquicia.



2 Tipos de emprendedor

Hay dos tipos de emprendedores:

1. Aquellos que piensan en crear un negocio o valoran diferentes alternativas.

Son la gran mayoría. Suelen acercarse siempre a la franquicia. Son el 87% y tienen conocimiento de las empresas franquiciadoras a través de un limitado número de portales de franquicia o de las noticias de franquicia aparecidas y difundidas por los mismos.

2. Aquellos que están interesados directamente en una determinada marca.

Son minoría. Intentan contactar directamente con la enseña y no acostumbran a entrar en ningún portal.

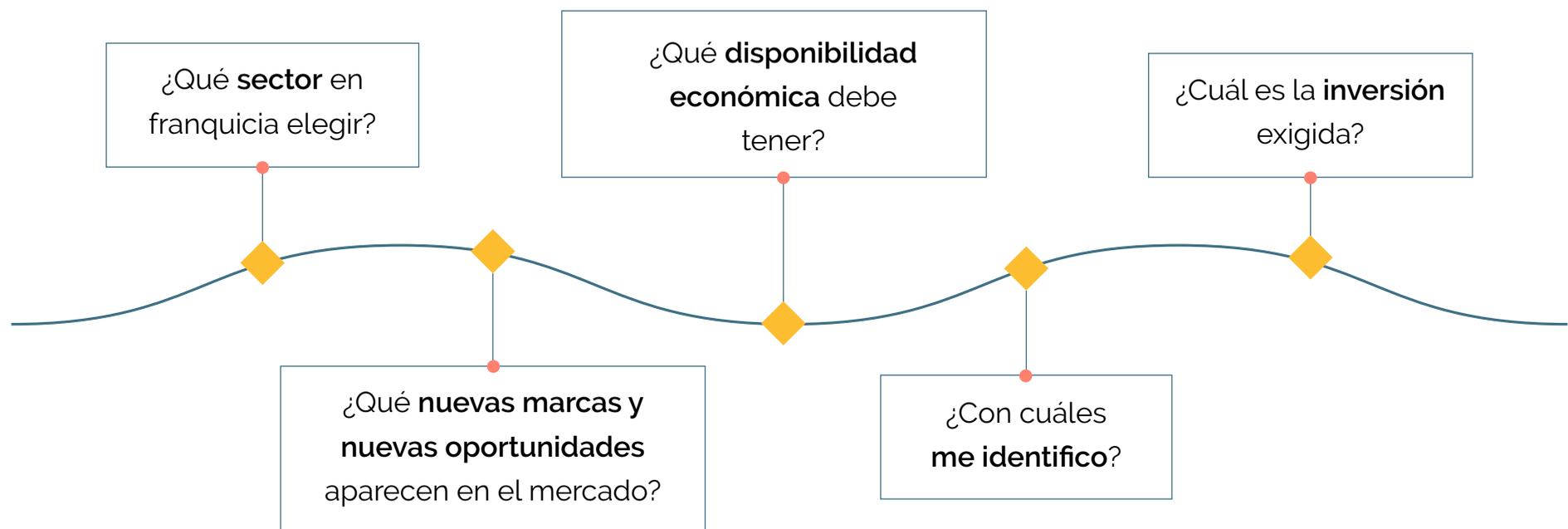
UN DATO QUE TENER PRESENTE:

El **87%** de los emprendedores conoce a las empresas franquiciadoras a través de un limitado número de portales de franquicia.



¿Cuál es el proceso de un candidato?

La mayor parte de candidatos desconocen previamente las posibilidades disponibles en franquicia. Su primer paso es conocer las marcas que están presentes y los diferentes sectores de interés que pueden encontrar. Además de preguntarse:



La realidad es que en este proceso, los interesados entran y salen de diferentes portales con el conocido “efecto rebote”, hasta quedarse con uno o dos portales de referencia donde posteriormente, irán tomando sus decisiones.

En su paso previo por los diferentes “portales rebote”, dejan en muchas ocasiones sus datos, lo que habitualmente se denomina “referencias basura” por parte de los directores de expansión de muchas enseñas.

Al término de este proceso deciden quedarse en aquellos portales que les ofrecen una mejor experiencia de usuario y una mayor y creíble información para, desde los mismos, orientar sus procesos de decisión, **bien dejando sus datos para solicitar información ampliada o también canalizando candidatos hacia las webs de las propias empresas.**

Por dónde llegan los candidatos

Según el informe **Perspectivas Franquicia 2022**, los portales de franquicia no solo siguen siendo el principal medio de promoción para las empresas franquiciadoras, sino que tras haber experimentado con otros medios y acciones marcan una clara tendencia de evolución y vuelta a los mismos. Es de destacar la consolidación de muy pocos portales de franquicia frente a la amplitud de la oferta existente.

Las redes sociales también experimentan un alza importante, mientras que Google Adwords, debido a su elevado coste de conversión se encuentra en retroceso.

De igual forma, retroceden significativamente las Ferias que no logran satisfacer, desde hace largo tiempo, las expectativas de las empresas y que son conscientes del amplio potencial de otros medios.

Otros medios utilizados por las empresas son la propia web, principalmente, y en aquellas más notorias y más desarrolladas, la comunicación en medios y las acciones directas, donde predominan eventos propios, jornadas abiertas y promoción directa.

Cerca del 40% de los candidatos que llegan a las empresas franquiciadoras lo hacen a través de los portales de franquicia. Este porcentaje se acerca al 90% en aquellas empresas en fase de inicio de su actividad.



Aspectos clave para lograr candidatos...

Una estrategia exitosa de generación de leads de franquicia consiste en crear visibilidad en tantas ubicaciones como sea posible dentro de un portal.

Para lograr el máximo rendimiento debes cumplir una serie de pasos que te indicamos a continuación y que te permitirán no solo **multiplicar por tres o por cuatro tus candidatos**, sino mejorar su calidad.

Básicamente, son 3 las acciones que puedes realizar. En muchas ocasiones lo más importante viene definido no por la acción en si misma, sino por los detalles en cada una de ellas, que en definitiva son los que marcarán la diferencia.

1 Contenido: Acerca de tu empresa.

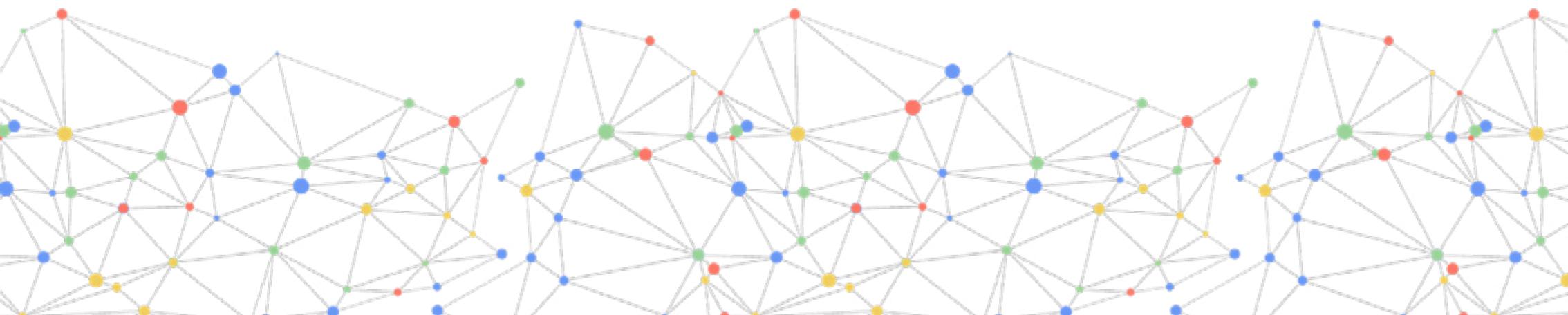
Al igual que LinkedIn te expone claramente las diferencias entre un buen contenido y otro escaso o inadecuado, es importante aprovechar al máximo los recursos que te ofrece un portal de franquicias y estructurar y desarrollar su contenido estático y visual y adecuadamente.

2 Posición: La que ocupas en el portal y en el sector o sectores a los que perteneces.

Tienes que priorizar la posición general en el portal, las primeras posiciones en el sector de actividad en el que operas y trabajar la presencia en la home o en las diferentes secciones del mismo.

3 Presencia, difusión y enlaces: Aprovecha lo que te ofrece un portal.

Consigue la máxima presencia en el portal y aprovecha todos los medios que te ofrece. Publica notas de prensa, hazte notorio mediante entrevistas y reportajes, gestiona los videos y podcasts que te ofrece Franquicias Hoy, aprovecha los envíos a amplias Bases de Datos, las diferentes oportunidades de publicitarte en el mismo y difunde tu presencia en redes sociales.



... cómo multiplicar los candidatos (1)

El objetivo principal de todos los directores de expansión y responsables de empresas franquiciadoras es obtener el mayor número de candidatos cualificados para su empresa.

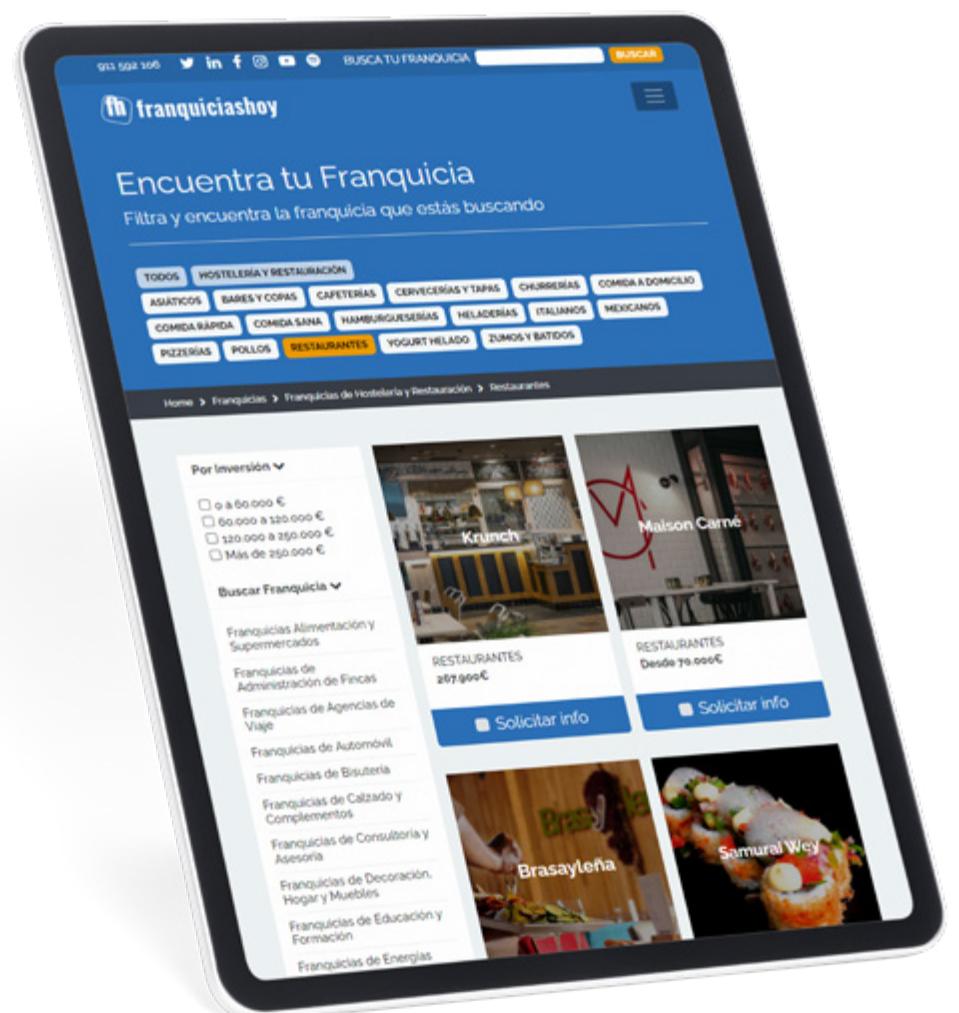
Para ello, como ya hemos indicado en el apartado anterior es indispensable mejorar la calidad de tu **contenido, posición y presencia**, pero aún así no es suficiente.

Multiplicando candidatos

Analizando los datos de ventas que nos han facilitado los clientes de **Franquicias Hoy**, hemos observado que aquellos que tienen más éxito, son aquellos equipos de expansión que hacen un seguimiento más rápido y tienen planificados sus diferentes pasos. Un candidato medio completa entre 6 y 8 formularios a la vez en cada portal que visita, cuando no más. Por consiguiente, la primera enseña que realice una labor proactiva, influenciará e impactará de una forma más directa y de calidad al potencial franquiciado. Cuando un candidato visita diferentes portales y solicita información, no está preparado para la cantidad de llamadas que recibirá y después de las primeras, generalmente dejará de ser receptivo.

Es importante conocer que el **87%** de aquellos emprendedores que iniciarán un negocio en franquicia desconocen en qué enseñas quieren invertir y en la mayor parte de ocasiones tampoco han decidido a qué sector o subsector de actividad incorporarse.

Con una oferta cada vez más amplia, con una mayor competencia no solo en el mismo sector de actividad y con cerca de 2.000 opciones donde elegir, se requiere un importante esfuerzo por parte de las empresas y sus responsables de expansión.



... cómo multiplicar los candidatos (2)

Somos plenamente conscientes que el trabajo de un responsable de expansión es sumamente laborioso y complejo. El número de candidatos nuevos mensuales que recibirá oscila entre los 60 a 150 dependiendo del sector de actividad y en algunos casos, son muchos más. A todo ello, debe sumarse el seguimiento continuo de candidatos anteriores lo que duplica, triplica o cuadriplica el esfuerzo a realizar.

Lo más importante pues, es:

- **Inmediatez:** se el primero en acceder a tus candidatos.
- **Organización:** ten planificado todo el proceso y soporte de ventas anterior y posterior a tu contacto.
- **Personalización:** cada candidato es único.
- **Filtrado:** haz las preguntas adecuadas para poder descartar y seleccionar aquellos candidatos preferentes de aquellos que no lo son.
- **CRM:** gestiona tu propio CRM donde puedas optimizar el seguimiento de tus leads de franquicia.
- **Comunica:** mantén una comunicación periódica con tu base de datos a través de diferentes mensajes. Lograrás ser percibido como marca con una mayor predisposición. No todos los candidatos toman decisiones inmediatas.

Con una adecuada organización y siguiendo los pasos indicados estamos en condiciones de garantizar que la inversión en FranquiciasHoy.es es altamente rentable como así nos vienen indicando nuestros clientes.

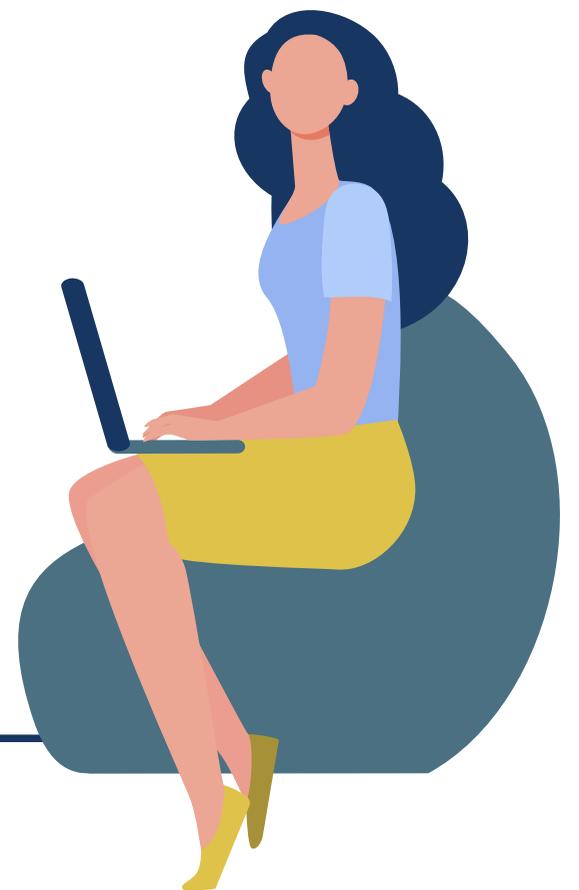
Nuestro equipo te ayudará a definir la estrategia más óptima en **Franquicias Hoy** para tu enseña.



Algunos consejos

He aquí algunas sugerencias más:

- 1. Optimiza tu espacio web.** Recuerda que un portal de franquicias es un canalizador de referencias hacia tu web. Dispón tu web para tal fin.
- 2. Incluye experiencias satisfactorias de tus franquiciados en primera persona.** Su experiencia. Su fotografía. Su implantación.
- 3. No dejes que tus candidatos te visiten sin aportar sus datos.** Optimiza la misma para disponer de Landing Pages efectivas. Puedes entregar el dossier ampliado desde tu web en el correo electrónico de tus candidatos.
- 4. Transmite la imagen que estás deseando.** Cuida el diseño. Cuida el lenguaje. Cuida el detalle.
- 5. Monitoriza la procedencia de los contactos que llegan a tu web.**
- 6. Da una respuesta inmediata a cada candidato.** Son muchas las enseñanzas que se pondrán en contacto con él en un breve espacio de tiempo. Averigua sus motivaciones.
- 7. Mantén a tus candidatos y referencias en una Base de Datos,** desde dónde poder remitir información periódicamente. Lograrás una mayor imagen y mayor presencia de marca que tus competidores.
- 8. Efectúa un seguimiento continuo y adecuado.**



Preguntas y respuestas (1)

¿Por qué debo invertir en un portal de franquicia?

No solamente se trata de la opción más rentable y con mejor relación calidad-precio para toda empresa franquiciadora. Estar presente en los principales portales de franquicia con mayor relevancia supone darse a conocer como empresa, supone derivar contactos cualificados hacia la propia web y también genera reconocimiento de marca.

¿Es recomendable invertir en más de un portal para expandir mi marca?

Si. Es altamente recomendable y debe formar parte de la estrategia de toda empresa franquiciadora. Nosotros aconsejamos la presencia simultánea en dos o tres portales que sean líderes como tales. El resultado es poder llegar mejor a un mayor número de candidatos e impactar con mayor fuerza a todos aquellos candidatos que visitan más de un portal.

¿Cómo selecciono un portal de franquicias? ¿Qué debo tener presente?

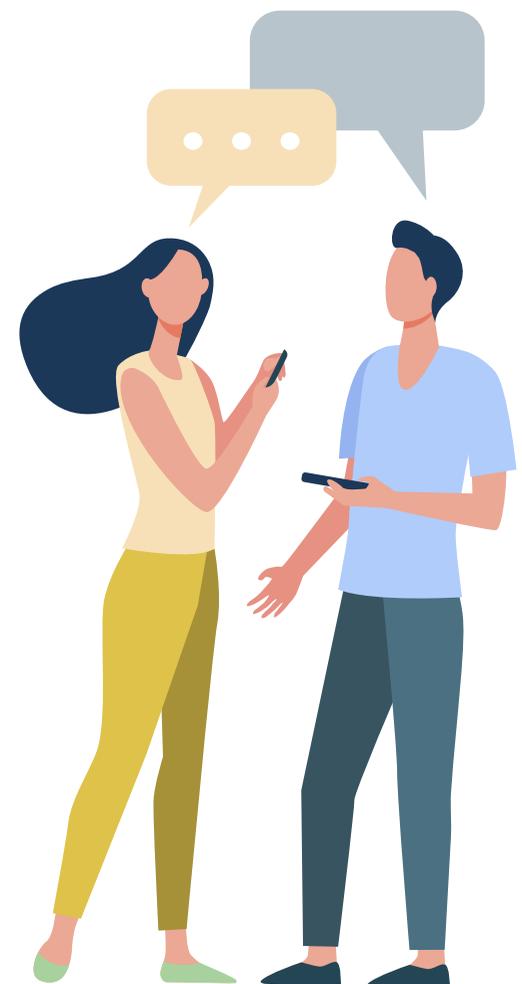
Este es uno de los aspectos fundamentales. Hoy en día existen cerca de 30 portales de franquicia. No todos son iguales. Muchos de ellos no tienen razón de ser y simplemente son bases de datos poco actualizadas y sin estructura interna que se ocupe de su gestión y mantenimiento. Los aspectos principales para una adecuada elección son: la generación de referencias limpias, una clara sectorización que evite "referencias basura", fácil navegación para el usuario, aporte permanente de contenidos útiles y originales, estructura interna capaz y generación de referencias online y offline.

Mi experiencia en portales de franquicia no ha sido positiva. Los portales de franquicia no funcionan.

Es cierto que hay empresas que opinan de esta forma y han tenido malas experiencias. La realidad es que cuando se pregunta en qué portales han estado no es de extrañar. En muchos casos, también se añade la experiencia de múltiples pruebas gratuitas que generan referencias inadecuadas. Un portal de franquicia relevante es siempre rentable y si se compara con otros medios lo es todavía más.

¿Qué es un portal rebote?

Es un portal de paso en el que el candidato no permanece por no darle fiabilidad, o no tener información actualizada, o no encontrar aquello que está buscando, pero donde puede dejar sus datos y estos son remitidos posteriormente a las empresas. Antes de decidirse por dos o tres portales de referencia es habitual que muchos candidatos pasen por diferentes portales rebote generando también las denominadas "referencias basura".



Preguntas y respuestas (2)

¿Qué son las “referencias basura”?

Definidas así por los responsables de expansión de muchas empresas son referencias no útiles y corresponden principalmente al envío de candidatos indiscriminados que no han solicitado información ni de la empresa a la que se remiten, ni del sector de actividad en particular. Así podemos encontrarnos con candidatos en busca de una empresa de moda que son remitidos a empresas de restauración y viceversa. Es una práctica habitual utilizada por múltiples portales para justificar un elevado número de contactos.

¿Las referencias que obtengo también llegarán a otras empresas?

Las referencias que se obtienen en un portal de calidad presentan dos opciones. Unas pocas tan solo llegan a la empresa y son denominadas referencias únicas, si bien es cierto que no son las predominantes. En general, los candidatos solicitan otras enseñanzas del mismo sector de actividad o de sectores afines. Por consiguiente, y aunque de forma limitada, dichas referencias llegan también a otras empresas del subsector solicitado por el candidato. Por el contrario, en portales de baja calidad las referencias de candidatos son enviadas indiscriminadamente a múltiples empresas lo que agota a los responsables de expansión y dificulta el trabajo a realizar.

Cuál es el coste por lead en términos comparados

En muchas ocasiones se nos ha trasladado el excesivo coste de los portales. Realmente, no podemos aceptar esta argumentación. Una empresa que se anuncia en Franquicias Hoy generará por término medio entre 20 y cerca de 200 contactos mensuales directos de calidad (no se incluyen los derivados hacia la propia web de la empresa), dependiendo del sector de actividad donde opere. Esto supone entre 240 y 2.400 candidatos anuales. No existe ningún otro medio que genere contactos cualificados en tal número y con tan bajo coste.

¿Cuál es vuestra recomendación?

Franquicias Hoy es el portal líder en franquicia. Es un portal de calidad que aporta referencias de calidad, redirige candidatos hacia la web de nuestros clientes y genera una alta presencia de marca. Nuestra recomendación es aprovechar todas las posibilidades que ofrece nuestro portal y al mismo tiempo tener presencia en uno o dos portales adicionales con características similares al nuestro.





Somos el portal de referencia para todas las empresas franquiciadoras y todos los emprendedores e inversores en franquicia. Desde nuestros inicios, no hemos dejado de innovar en contenidos, en diseño, en tecnología y en posicionamiento online y offline. A día de hoy, seguimos innovando y mejorando.

Nuestro trabajo es la franquicia y con mimo y dedicación te ayudamos a cumplir tus objetivos de crecimiento y expansión. LLevamos más de 20 años al servicio de la franquicia y eso nos hace referentes en el mercado, no solo en posicionamiento de marca sino en la calidad de nuestro trabajo.

**Somos el portal de franquicias más potente, más respaldado, y mejor posicionado.
Más de 80.000 visitas mensuales, lo dicen todo de nosotros.**