

## LA PAROLA ALL'AFFILIATO

UN FRANCHISEE SI RACCONTA: SOGNI, PROGETTI, ASPETTATIVE E DIFFICOLTÀ PER REALIZZARE UN'IMPRESA IN AFFILIAZIONE.

### Maria Clara Grassi Soncino

Meeting Agenzia per Single di Milano e Vigevano



A sinistra, il team di Meeting Milano Rubens al completo.

## LA PAROLA AL FRANCHISOR



### Mario Di Comite, amministratore unico Meeting Srl

Ho letto l'intervista a Maria Clara Grassi Soncino con vivo interesse e devo dire che ne è uscita confermata una mia radicata convinzione: se lavori bene il riconoscimento degli altri non mancherà! Come sempre, trovo i rilievi critici di Clara pertinenti. Tanto che ci stiamo già lavorando! Innanzitutto, il problema delle aree geografiche ancora scoperte. È chiaro che i primi a cercare attivamente la capillarità siamo noi, ma l'esperienza ci ha insegnato che una buona rete si costruisce anche rinunciando a qualche guadagno immediato, privilegiando la qualità. In altre parole, in un mercato allettante ma competitivo come il nostro, sarebbe controproducente lasciare che potenziali affiliati aprano un'agenzia senza avere le necessarie doti. In questi anni abbiamo fatto cadere per questo motivo molte candidature che pure assicuravano ampia copertura finanziaria. Oggi, nelle aree ancora scoperte, stiamo attivando mezzi alternativi di promozione, preferendo seminari tecnici a livello locale a iniziative generiche che portano molte candidature ma non selezionate. Contiamo, in ogni caso, di raggiungere le 60 agenzie entro i primi mesi del 2012. Quanto alla maggior spinta propulsiva che Clara auspica per la promozione sul Web, non posso che condividere. Infatti stiamo sviluppando un innovativo progetto che "surclasserà" i siti di incontri, colpendoli nel loro punto debole: profili falsi o ingannevoli. Insomma, continuiamo a lavorare molto e bene, sapendo di poter contare su affiliati partecipativi che, come Clara, comprendono la logica del franchising, un sistema in cui nessuna delle parti può delegare totalmente l'altra, ma nella quale vi è la necessità di agire insieme.

# Bello rendere felici le

# persone

Ha lasciato una solida carriera già avviata quando si è resa conto che la sua voglia di autonomia non era uno sfogo da "impiegata disperata", ma una vera vocazione all'imprenditoria.

Un'imprenditrice dinamica, appassionata e concreta. Questa è, in sintesi, Maria Clara Grassi Soncino. Maestra d'arte sacra, diploma di conservatorio, laurea in Economia, un'avviata carriera presso una multinazionale che lascia senza esitare quando comprende che la sua voglia di lavoro autonomo è una vera vocazione all'imprenditoria. Così diventa socia di uno studio di commercialisti e vi si dedica per anni. Fino al giorno in cui incontra la Meeting e diventa titolare di due agenzie per single.

#### Come è avvenuto l'incontro con Meeting?

«È una storia in due puntate. Prima puntata: incontro la Meeting come cliente. Anni fa infatti sono stata iscritta presso una delle agenzie Meeting di Milano, un'esperienza positiva dalla quale è nata una lunga relazione. Seconda puntata: mi stavo guardando intorno, decisa a cambiare attività lavorativa. Sfolgiando proprio *Millionaire* mi imbatto nella proposta franchising di Meeting. Rammentare la bella at-

mosfera vissuta come cliente e comporre il numero telefonico della loro divisione commerciale è stato un tutt'uno...».

#### Ma non sarà stato solo il ricordo di una bella esperienza a dare la spinta spinta decisiva...

«Infatti. Ho vagliato con attenzione la loro proposta e ho concluso che si trattava di ciò che cercavo: un mercato potenziale in crescita, un marchio noto, un ragionevole rapporto tra l'investimento iniziale e i fatturati che avevo ipotizzato nel business plan. Insomma vi ho rintracciato solidi elementi di redditività. E poi, è stato determinante un pensiero: avrei lavorato per la felicità delle persone!».

#### Come sono stati i primi tempi?

«Ricorderò per sempre il Natale 2005: sono stati i giorni più "caldi" dell'anno per me! La scelta dell'appartamento, la ristrutturazione, gli adempimenti di legge, i corsi di formazione, la selezione del personale. Nel gennaio 2006 ho aperto la mia prima agenzia,

<b>PROPOSTA</b>	Agenzie per Single
<b>ANNO DI LANCIO</b>	1996
<b>P. V. DIRETTI</b>	Nessuno
<b>P. V. AFFILIATI</b>	51 + 5
<b>DURATA DEL CONTRATTO</b>	7 +7 anni
<b>SUP. MEDIA DEL P. V.</b>	80 mq
<b>INVESTIMENTO</b>	Circa 40mila euro (entry fee più allestimento)
<b>DIRITTO D'ENTRATA</b>	Incluso nell'investimento
<b>ROYALTY</b>	sì
<b>INFO</b>	Isabella Apollonio, responsabile sviluppo rete tel. 02 58314049, 348 4716121, Numero Verde 800 841999, <a href="http://www.meetingitalia.it">www.meetingitalia.it</a> , <a href="mailto:meeting@meetingitalia.it">meeting@meetingitalia.it</a>

quella di via Rubens a Milano. Gli inizi sono stati impegnativi ma "al sicuro". In altre parole, era quel che mi immaginavo fosse entrare in una rete in franchising: non è che lavori meno rispetto all'avviamento di una qualunque altra impresa, solo che puoi contare sull'assistenza del franchisor e sulla collaborazione del gruppo».

#### Come è arrivata la seconda agenzia?

«L'agenzia di Milano è risultata pienamente operativa in un periodo piuttosto breve. Quindi, presto ho ritenuto di replicare l'esperienza. E ho scelto una località a me particolarmente cara, Vigevano, teatro delle più belle amicizie ed esperienze giovanili. L'agenzia è aperta da oltre due anni ed è sulla strada giusta per doppiare i risultati lusinghieri di Milano».

#### Pare di capire che il rapporto con l'affiliante sia decisamente positivo... Nessun problema?

«I problemi ci sono sempre. Solo che di fronte a una tempestiva capacità di risolverli, è difficile rilevarli. Un esempio? In questi ultimi anni abbiamo constatato che il nuovo canale pubblicitario sul quale investire era rappresentato dal Web.

Tuttavia gli esperimenti condotti anche con i consigli della casa-madre non sempre hanno avuto esito completamente soddisfacente; Meeting è intervenuta offrendo la possibilità per l'affiliato

di acquistare solo i nominativi effettivamente lavorabili. Tutto però è migliorabile. Penso alle regioni del Sud, nelle quali ancora Meeting ha una presenza meno capillare rispetto al Centro-Nord. È evidente che una capillarità su tutto il territorio italiano, gioverebbe al marchio e al gruppo. Inoltre, a mio avviso, l'affiliante dovrebbe ancor più fortemente puntare alla costruzione di un'immagine forte sul Web, luogo nel quale oggi i single trascorrono molto tempo, ricavandone facilmente delusioni, come ci raccontano i tanti che si rivolgono a noi dopo aver scoperto profili falsi e promesse di gratuità non mantenute. Se portassimo sul Web il metodo di lavoro Meeting non ci fermerebbe nessuno!».

### TRE NOTE POSITIVE SUL FRANCHISOR

- > NOTORIETÀ DEL MARCHIO
- > SOLUZIONI INNOVATIVE E VELOCI
- > SUPPORTO COSTANTE

### NOTE CRITICHE

- > POCHE AGENZIE NEL SUD
- > INVESTIMENTI WEB MIGLIORABILI