

Christelle et Christophe Beckrich, respectivement 41 et 35 ans, ont ouvert le 12 mai 2014 leur magasin Mail Boxes Etc. à Fréjus (83), et répondent ainsi aux attentes des TPE et des particuliers en matière de services personnalisés de messagerie-express, de conception graphique et d'impression, ou encore de domiciliation.



Crédits photo : Droits réservés

Christelle et Christophe Beckrich, franchisés Mail Boxes Etc.

Construction du projet

CE QUI VOUS A MOTIVÉS À DEVENIR CRÉATEURS D'ENTREPRISE ? Christophe : Après mon CAPES, j'étais destiné à être professeur d'allemand. Les circonstances de la vie m'ont amené à devenir **chargé de clientèle en agence bancaire**, auprès des particuliers durant sept ans, et auprès des professionnels durant cinq ans. Puis j'ai subi les conséquences d'un changement d'enseigne, et donc de stratégie managériale, qui m'ont amené à quitter mon emploi. **Je ne m'épanouissais plus dans le statut de salarié.** A 35 ans, il fallait cependant que je transforme cet aléa en opportunité, pour rebondir de façon dynamique. J'ai donc choisi de me lancer en ouvrant un centre **Mail Boxes Etc.** Dans ce projet, je suis accompagné au démarrage par ma femme Christelle qui souhaite elle aussi dans un futur proche se lancer à son propre compte.

POURQUOI AVOIR CRÉÉ EN FRANCHISE ? Il faut être **courageux pour se lancer seul** en création d'entreprise, et plus encore dans un nouveau métier. J'avais besoin d'être formé et accompagné au quotidien. Je recherchais une activité à la fois BtoB et BtoC, et qui soit multi-services, de manière à ne pas être dépendant d'une seule spécialité. Sur un **marché** très concurrentiel, il m'importait de participer au développement du réseau national, par ailleurs mondialement implanté (1450 magasins Mail Boxes Etc. sur 30 pays).

Choix de l'enseigne

CE QUI VOUS A SÉDUITS CHEZ LE FRANCHISEUR ? Mail Boxes Etc. propose un **concept** unique qui a fait ses preuves à travers le monde. J'apprécie que l'activité soit orientée à la fois BtoB et BtoC et qu'elle soit aussi diversifiée. J'aime aussi ce côté précurseur : en France, **j'ai ouvert l'un des premiers centres à Fréjus** (le 8ème au national) et j'espère qu'il sera suivi de nombreuses autres ouvertures.

Lors de mes premiers contacts avec le **franchiseur**, j'ai rencontré Lionel Dindjian, le directeur général, il ne m'a pas « survendu » le concept, il demeure objectif dans ses explications et est respectueux de son interlocuteur y compris dans les **moments de doute que peut vivre tout candidat à la franchise.**

L'accompagnement de l'équipe du siège, polyvalente et constituée de vrais professionnels, est très qualitatif. De surcroît, dans l'accompagnement, la recherche de la rentabilité du franchisé est privilégiée par rapport à la course au chiffre d'affaires.

COMMENT AVEZ-VOUS CONVAINCU LE FRANCHISEUR ? Dans mon expérience précédente, j'avais prouvé des qualités de commercial développeur et de gestionnaire. Je connaissais aussi bien la clientèle des professionnels que celle des particuliers. Jeune et dynamique, ma capacité à rebondir face à l'adversité prouvait mon niveau de résilience.

Quotidien des franchisés

EN QUOI LE SAVOIR-FAIRE DE L'ENSEIGNE VOUS AIDE-T-IL AU QUOTIDIEN ? Le concept Mail Boxes Etc. apporte **des réponses locales aux nécessités logistiques du quotidien**, notamment des petites entreprises et des particuliers. Nous ne sommes pas coursiers (livraisons locales en jour J) mais service de messagerie expresse en national et à l'international, et notre clientèle diversifiée bénéficie de services élargis (graphisme et impression, domiciliation et location de boîtes postales, etc.). Y compris sur de petites quantités, le client trouve chez nous une réponse professionnelle (par exemple, toutes nos expéditions sont contre signature) à un coût inférieur de 30 à 40 % au tarif accessible en direct, et ce grâce à la **puissance d'achat de l'enseigne au plan mondial**. De surcroît, le client n'est pas obligé de se déplacer, car nous effectuons une prise en charge de A à Z.

Nous travaillons avec UPS, Chronopost, DHL et Fedex à l'international. Les services de nos partenaires transporteurs ont été **testés par le centre pilote Mail Boxes Etc.** de Paris (15ème arrondissement), avant d'être proposés aux autres franchisés. **Le choix du local est important**, et doit répondre à certaines exigences, règlementaires en ce qui concerne l'activité de domiciliation, mais aussi fonctionnelles, inhérentes aux spécificités de l'expédition. L'équipe MBE est venue valider deux des trois emplacements que je proposais, et j'ai opté pour un local de plain-pied de 115 m², comprenant un espace logistique de 40 m², et situé sur un axe passant en bordure de ville, avec possibilité de stationnement express.

J'ai suivi une **formation très élaborée**, durant sept semaines. Après cinq jours de découverte à Nice (06) et à Turin (Italie), deux semaines et demi se sont déroulées au siège d'Issy-les-Moulineaux (92), et ont porté sur l'ensemble des services que nous commercialisons. Cette première période théorique a été suivie par une application technico-commerciale au centre pilote de l'enseigne, et s'est conclue par la création et l'impression de mes propres flyers. Et, désormais, je n'emballer plus du tout un colis comme je le faisais avant ! Enfin, pour l'ouverture de mon magasin, **le franchiseur m'a efficacement accompagné sur site durant toute une semaine**. Des actions marketing « clés en main » s'échelonnent tout au long de l'année, sur des thématiques spécifiques à nos métiers, et nous disposons alors d'aides concrètes à la vente. Au quotidien, je sais pouvoir compter sur le soutien de l'équipe au siège, mais également sur celui des autres franchisés.

BÉNÉFICES ET CONTRAINTES DE VOTRE NOUVELLE VIE DE FRANCHISÉS ? Au début, toutes les émotions sont décuplées, en positif comme en négatif ! Certaines journées sont plus calmes que d'autres, mais on parvient à combiner nos activités. Nous recevons un accueil très positif de la part de nos prospects, car nous leur apportons une gamme de services qui va leur faciliter la vie. **Les voyants d'exploitation sont tous au vert**, et nous espérons atteindre le point mort avant la fin du 1er semestre 2015. L'enseigne nous a offert l'opportunité de nous réaliser au quotidien.