

Par Pierre Barré



Comment booster le chiffre d'affaires de son institut

Toute activité commerciale et plus particulièrement les secteurs de la beauté subissent depuis quelques années une forte pression concurrentielle. Le développement des franchises et des esthéticiennes à domicile ont participé à une certaine mutation de la profession. Pour continuer à développer le chiffre d'affaires de votre institut de beauté, nous allons voir ensemble une série de conseils concrets.



Chiffre d'affaires ou bénéfiques ?

Si attirer et fidéliser de nouveaux clients doit rester au centre de votre développement commercial, il est nécessaire de ne pas confondre chiffre d'affaires et bénéfiques. Pour cela, une optimisation de la rentabilité des services proposés, une gestion des stocks adaptée à la réalité de votre institut, une bonne négociation des achats et enfin, la chasse aux gaspillages vous aideront à maximiser vos bénéfiques.

Programme de fidélisation

Pour fidéliser une clientèle de plus en plus volatile, les esthéticiennes peuvent s'inspirer des techniques commerciales mises en place par la concurrence. L'objectif est de créer le programme de fidélisation qui vous correspondra le mieux tant sur les prix que sur la mise en pratique.

Le programme de fidélisation le plus classique est la carte de visite de l'institut avec au dos, un cadeau ou une remise lors de la dixième visite par exemple. Les clientes ont vos coordonnées pour prendre rendez-vous et souhaitent logiquement recevoir leur bonification.

Les chèques cadeaux ou les remises de quelques euros ont un grand succès auprès des clientes. Les plus fidèles sont à privilégier. À utiliser avant une date précise, la cliente devra revenir rapidement pour bénéficier de cette réduction. D'autres remises peuvent être

proposées à des clients retraités ou qui n'ont pas d'activité professionnelle par exemple pour rentabiliser les périodes creuses de la semaine.

Il y a aussi les étudiants qui, pourvus d'un budget limité, restent un public à séduire. Relevants de l'intime pour certains services de beauté, ces jeunes adultes peuvent s'avérer d'une grande fidélité dans le temps.

Les réseaux sociaux sont aussi un moyen pour rester en contact avec vos clientes habituelles et aussi toucher potentiellement une nouvelle clientèle. Une page entreprise sur un célèbre réseau est souvent plus facile à gérer et à faire vivre qu'un site internet.

Si de nombreux instituts indépendants développent le système d'abonnement mensuel avec des tarifs très doux, de nombreuses esthéticiennes ont été déçues des offres temporaires à prix cassés. Dans ce dernier cas, sur une courte période, la quantité de travail est très intense au détriment de la qualité des services et auprès des clients habituels, restés au tarif normal. Dans ce cas, le taux de fidélisation est très faible.

Ventes additionnelles

Souvent, les esthéticiennes évoluent seules dans leur institut. Occupées en cabines, c'est le moment idéal de profiter de cette intimité pour conseiller et proposer aux clientes d'autres soins et services et éventuellement, les cures qui lui seraient bénéfiques. Globalement, les clients sont en

attentes de conseils surtout si ces derniers sont proposés par une professionnelle diplômée et avec de l'expérience.

N'hésitez pas à montrer la brochure commerciale de votre partenaire puis, faites découvrir les bénéfiques des produits et du matériel utilisés. Et si vous sentez une hésitation et que le temps le permet, proposez-lui un essai de quelques minutes lors de sa prochaine visite.

Si vos conseils s'orientent vers des produits, offrir un échantillon de crème fera un immense plaisir à votre cliente. Ces actions tant humaines que commerciales déclencheront certainement une vente.

Qualité irréprochable des services

Pour que vos clientes deviennent vos ambassadrices auprès de leur famille et de leurs amies, la qualité des services doit être irréprochable. Tout au long de la journée, les cabines doivent être propres et rangées convenablement de la première à la dernière cliente de la journée.

Seule la confiance de vos clients permettra de booster le chiffre d'affaires de votre institut. Basée sur la qualité des services dispensés, des produits utilisés et proposés à la vente, la discrétion, la confidentialité, l'hygiène, la propreté et enfin, la ponctualité sont autant de valeurs recherchées par les consommateurs pour leur confort. ◆