



Bien gérer votre planning de rendez-vous : un gain de **temps...** et d'argent

Pour une organisation de qualité, la plupart des instituts de beauté reçoit sur rendez-vous. Dans un secteur à forte pression concurrentielle, notamment en raison du développement des soins à domicile et de la vente de produits aux consommateurs, l'objectif central de tout institut de beauté est d'attirer et de fidéliser de nouvelles clientes et de développer la croissance de son entreprise.

Aujourd'hui pour rester compétitives, les esthéticiennes doivent maîtriser de nouveaux outils de communication comme les réseaux sociaux avec l'animation d'une page entreprise ou l'informatique avec le développement récent des réservations en ligne, que ce soit directement sur le site Internet de l'institut ou via une plateforme dédiée.

Dans cet article, nous vous livrons un ensemble de conseils pour vous aider à y voir plus clair, ainsi que des astuces pour confirmer ou pour améliorer l'organisation de votre planning des réservations.

Par **Pierre Barré**



Le planning des réservations

Si, pour des questions pratiques, de nombreuses esthéticiennes utilisent encore l'agenda sur support papier pour la gestion des rendez-vous, de nouveaux outils sont désormais accessibles pour gagner du temps, souvent précieux, et surtout, pour permettre de toucher une nouvelle clientèle.

De plus en plus d'instituts sont passés au support informatique pour gérer leur fichier clients, faciliter la caisse, la facturation et la comptabilité ou pour avoir une vision globale du planning des rendez-vous.

Avec quelques photos de qualité, le détail et les prix des services proposés, les coordonnées, la présentation de l'équipe et enfin, une page dédiée à « Nos points forts », le site internet d'un institut de beauté doit logiquement présenter ce dernier sous son meilleur jour. Aujourd'hui, grâce à de nouvelles fonctionnalités, le site d'un institut peut intégrer la prise de rendez-vous en ligne.

Ce type de fonctionnalité possède de nombreux atouts : les clientes peuvent ainsi consulter les disponibilités de l'institut et prendre rendez-vous à toute heure du jour et de la nuit. De plus, le paiement des prestations se fait directement en ligne, ce qui représente un avantage de poids puisque si la cliente annule moins de deux jours à l'avance ou si elle ne vient pas, elle n'est pas remboursée.

Bien entendu, toutes ces informations sont à mentionner dans les conditions générales d'utilisation du site internet. Parallèlement, les applications disponibles sur smartphones et tablettes proposent des services similaires. Depuis leur téléphone mobile, les clientes qui ne connaissent pas forcément l'institut réservent des services de beauté directement dans votre établissement. Pour un meilleur confort, le paiement s'effectue en ligne, directement sur le site de l'application.

Si ces applications proposent des réservations en ligne, les modalités de fonctionnement de ces dernières peuvent toutefois varier : l'institut peut avoir à payer un abonnement à l'année ou se voir facturer un pourcentage des prestations vendues via l'application.

La gestion des périodes

Généralement, il apparaît de façon récurrente que certaines périodes de la journée ou de la semaine sont plus creuses que d'autres. Ces périodes peuvent différer selon que l'institut est situé en centre ville, dans un centre commercial, dans un quartier d'affaires ou dans un quartier résidentiel.

Pour dynamiser les périodes les plus creuses, il peut être intéressant de proposer des tarifs plus attractifs comme, par exemple, une réduction de 10 % valable uniquement sur le site lors de la réservation en ligne. Ce système permet notamment une plus grande discrétion vis-à-vis des clientes qui sont présentes dans l'institut à ce moment et qui paient leur prestation au tarif normal.



« DE PLUS EN PLUS D'INSTITUTS SONT PASSÉS AU SUPPORT INFORMATIQUE POUR AVOIR UNE VISION GLOBALE DU PLANNING DES RENDEZ-VOUS »



Bien gérer votre planning de rendez-vous : un gain de **temps...** et d'argent *(suite)*

La ponctualité

Dans une dynamique commerciale, il est important de maximiser le chiffre d'affaires en acceptant, éventuellement, la prise de rendez-vous de dernière minute. Afin que cela ne désorganise pas le planning initial et pour que cela n'impacte pas le confort des clientes et celui de la praticienne, la ponctualité doit être respectée dans la mesure du possible.

Une bonne manière d'optimiser la ponctualité des rendez-vous dans l'institut est de maîtriser le temps nécessaire pour chaque prestation en prévoyant une marge de cinq à dix minutes en plus pour l'encaissement, pour l'accueil de la cliente suivante et pour le rangement de la cabine et du matériel.

La pause déjeuner ne doit pas être sacrifiée au profit du chiffre d'affaires, d'une cliente pressée ou pour rattraper le retard de la matinée : ce temps est précieux pour se ressourcer.

Enfin, un retard de cinq minutes en début de journée entraîne souvent un retard de plusieurs dizaines de minutes en fin de journée avec à la clé, du stress et en plus, le devoir de gérer des clientes irritées par cette attente.

Sur les réseaux sociaux, les commentaires mentionnant le retard d'une esthéticienne sont fréquents. Avec les smartphones, la communication est très rapide et ce type de commentaires altère naturellement l'image et la réputation de l'institut.



« S'IL PEUT ÊTRE TENTANT DE FACTURER LES SERVICES NON DISPENSÉS LORS DE LA PROCHAINE VISITE, C'EST AUSSI LE MEILLEUR MOYEN DE PERDRE UNE CLIENTE »

Comment gérer les annulations, les retards ?

Avec la prise de rendez-vous par téléphone ou si la cliente passe directement réserver un service de beauté dans votre institut, la contrainte la plus souvent rencontrée est la gestion des annulations. En effet, si une cliente annule son rendez-vous au dernier moment, si elle est en retard ou si tout simplement, elle ne vient pas, c'est un manque à gagner évident pour l'institut. L'objectif étant de développer le chiffre d'affaires, il est donc nécessaire d'optimiser les plannings tout en fidélisant la clientèle.

- Pour les annulations de dernière minute

Cela peut arriver à tout le monde d'avoir un empêchement mais certaines clientes sont de véritables spécialistes ! S'il peut être tentant de facturer les services non dispensés lors de la prochaine visite, c'est aussi le meilleur moyen de perdre une cliente. Par expérience, de nombreuses esthéticiennes ont une liste « noire » de ce type de personnes auxquelles je suggère de proposer des rendez-vous exclusivement en fin de journée : dans ce cas, si la cliente ne vient pas, la journée de travail est terminée et cela ne portera pas préjudice à l'organisation du planning.

- Pour les retardataires

Je conseille de prévenir la cliente que le temps consacré à la prestation sera réduit au temps restant avec, comme argument, la ponctualité des rendez-vous suivants et surtout, le respect des clientes. Bien entendu, cet argument est à relativiser puisque le temps nécessaire pour la réalisation de certaines prestations est tout simplement incompressible.

Le rappel du rendez-vous

Qu'il soit effectué par SMS ou par contact téléphonique, le rappel du rendez-vous est souvent utilisé dans d'autres services pour confirmation. Ce type de communication est très professionnel, il nécessite peu de temps et reste économique, puisque l'option « SMS illimités » est aujourd'hui incluse dans la grande majorité des forfaits pour téléphones mobiles et que les forfaits internet proposent généralement une option avec appel illimité vers les mobiles.

Cette prise de contact peut être effectuée la veille du rendez-vous lors d'un moment de calme ou le jour même.

En conclusion, une gestion de qualité de votre agenda professionnel va non seulement vous aider à développer votre chiffre d'affaires mais elle est également nécessaire pour exister et pour valoriser l'image de votre institut de beauté et votre professionnalisme.



Depuis 1994, LOGION FINANCE, cabinet conseil indépendant, est un **acteur de référence sur le marché des fusions-acquisitions et de la recherche de prêts** pour le compte de PME PMI en France et à l'étranger.

Accompagnement des dirigeants dans les opérations de cession et d'achat d'entreprise et de fonds de commerce



Négociation avec les banques



Diagnostic et recommandation pour améliorer la rentabilité



Conseil en stratégie et évaluation d'entreprise

Département
dédié au secteur
de l'esthétique
et de la coiffure
www.ymconseil.com



Pour en savoir plus
www.logionfinance.com

Yvette Mislin
06 19 07 38 71
ymislin@logionfinance.com