



DÉCRYPTAGE...

Vous avez été nombreux à réagir aux thématiques du dernier Opus de la Maison Officielle :

**« Dis-moi qui sont tes clients, et je te dirai qui tu es »
« Faire savoir ses savoir-faire ».**

Ces sujets sont d'autant plus plébiscités par vous tous qu'ils sont le véritable cœur battant de votre salon. A la lumière des chiffres de Panel Vision Connect, nous pouvons affirmer aujourd'hui que certains d'entre vous ont assimilé le business model gagnant et pour cela je vous renvoie aux partenariats de La Maison Officielle, (exclusivité, formation, services, fabrication Française, réseau d'indépendants...) ou aux chiffres exceptionnels de l'activité du mois d'octobre qui ne sont pas le fruit du hasard...



Nombreuses sont vos client(e)s et encore plus vos non client(e)s qui méconnaissent vos savoir-faire. Je l'ai déjà écrit ce sont elles qui feront votre réussite ou pas...

REPRENONS ENSEMBLE LES DONNÉES FONDAMENTALES

- 1 cliente c'est 3.6 visites par an et un ticket moyen de 49 euros TTC
- 1 cliente c'est donc environ 180 euros de CA par an. 10 clientes c'est 1800€
- Attention c'est ici que vous devez bien suivre les différents cas de figure !

1) VOUS N'AVEZ PAS DE SAVOIR-FAIRE FORTS ET DISTINCTIFS

Dans ce cas, il est difficile de communiquer efficacement dessus. Bonne chance pour gagner des clients voire pour tous les conserver si vous n'avez rien à dire. Vous êtes bons pour vous en remettre à la chance ou au bon Dieu si vous y croyez.

2) VOUS AVEZ DES SAVOIR-FAIRE, MAIS VOUS NE LE FAITES PAS SAVOIR

Vous travaillez par exemple avec Archéa Nature, mais vos clientes ne sont pas informées des vertus de la coloration haute naturalité. Dans ce cas, vous ne perdrez probablement pas de clientes car elles seront satisfaites du résultat, mais vous aurez du mal à en recruter car personne ne sait que vous proposez un service recherché.

3) VOUS DÉVELOPPEZ, ENTRETENEZ VOS SAVOIR-FAIRE AVEC LA FORMATION.

L'attrait de la nouveauté et de votre expérience nouvelle vont naturellement créer une dynamique qu'il vous faudra absolument mettre en avant. C'est dans cette configuration que vous fidéliserez et développerez votre clientèle et votre réussite ne devra rien au hasard cette fois-ci.

Ayez bien à l'esprit qu'une personne active en salon gère en moyenne 440 clients pour un Chiffre d'Affaires annuel de l'ordre de 80.000 euros.

A VOTRE AVIS COMMENT ALLEZ-VOUS GAGNER CES 4 CLIENTES CHAQUE MOIS ?

En réduisant vos achats de produits avec de la qualité en baisse ou en proposant des services qui montrent votre dynamisme et votre professionnalisme ?

Bien sûr la réponse est dans la question...

COMMENT DÈS LORS PASSER À L'ACTION ?

La formation sert exactement à cela, le choix de la formation est un véritable acte de gestion à ne pas prendre à la légère.

Ainsi donc la formation doit s'inscrire dans le cadre d'un véritable projet pour votre salon. Construisez les bases avant de viser le sommet !

COMMENT S'Y PRENDRE ?

Commencez par faire un bilan des savoir-faire de votre salon et distinguez deux catégories :

1. Le perfectionnement : « Ce n'est pas en faisant une fois quelque chose que l'on devient expert, mais en répétant chaque jour les gestes qui mènent à l'excellence. » Si vous n'êtes pas sûr de la maîtrise d'un savoir-faire, reformez vous et pratiquez.



2. Initiation aux nouvelles techniques et tendances pour de nouveaux services : Vous voulez des exemples ? Intéressez-vous à la nouvelle coupe homme "Burst Fade Taper" ou encore à "La Tendance Naturalité & Intensité", spécifique à Archéa Nature.



LE CHEMIN NE S'ARRÊTE PAS LÀ, VOUS N'EN AVEZ FAIT QUE LA MOITIÉ CAR IL FAUT ENSUITE FAIRE SAVOIR À VOS CLIENTS ET PROSPECTS VOS COMPÉTENCES.

ET POUR COMMUNIQUER IL EXISTE AUSSI DES FORMATIONS

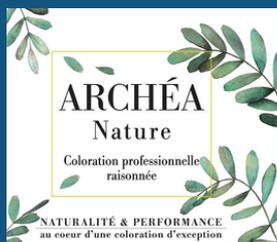
1. Mettez en avant vos savoir-faire et choisissez parmi le catalogue APC les formations supports comme « Communiquer sur le web et les réseaux sociaux » ou encore « Salon Concept et design » animée par une architecte d'intérieur pour repenser votre salon. Autant de nouvelles formations qui vous permettront de faire la différence.



APC

—FORMATION—

RETROUVEZ TOUTES LES FORMATIONS 2025 D'APC FORMATION :



2. Animez vos services : par exemple, augmentez de 5€ votre service coloration naturalité éthique avec Archéa Nature et proposez sur un mois une offre découverte. « Première coloration haute naturalité au tarif d'une coloration classique ». Cela vous permettra de conquérir une nouvelle clientèle ou de préparer la mise en place d'un nouveau tarif augmenté.

Un autre exemple ?

Créez un forfait autour de la naturalité incluant le service et un produit revente. Ceux qui utilisent régulièrement L'appli EMMA (analyse des coûts de service), développé par COOPERE, l'ont bien compris.

emma

EN SAVOIR PLUS SUR EMMA :



Et surtout capitalisez sur vos formations. Qu'elles soient sur les savoir faire ou les faire savoir **COMMUNIQUEZ, COMMUNIQUEZ, COMMUNIQUEZ !**

Mettez sur les réseaux sociaux des photos de vous et vos équipes lors de vos journées de formations. Cela renforcera votre expertise de professionnel auprès de votre clientèle.

*JEAN-PASCAL RAINAUD,
DIRECTEUR GÉNÉRAL DE COOPÉRÉ*