



40

Bien gérer son temps = + de rentabilité – de stress

Lors de mes « Formations Vente » au sein des Spas & Instituts de beauté, je remarque régulièrement que les esthéticiennes courent souvent après le temps ! Les plannings sont pleins, les soins s'enchaînent les uns derrière les autres, les esthéticiennes prennent à peine quelques minutes entre 2 soins. De plus lorsque le soin se termine avec 5 minutes de retard et que la cliente suivante arrive avec un peu d'avance, la situation peut vite devenir stressante. Alors, que faire ? *



VIRGINIE VIORON
FORMATRICE ET FONDATRICE

Entre deux soins : 10 mn indispensables

Enchaîner les soins en cabine est très encourageant : cela signifie que vos clientes apprécient votre institut, votre accueil, la qualité de vos soins, et le professionnalisme de votre équipe...

Mais remplir votre planning intégralement n'est peut-être pas la meilleure façon d'augmenter votre marge. Un soin cabine ne devient vraiment rentable que lorsqu'il s'accompagne d'une vente produit.

Rappelez-vous : pour un soin à 60 euros réalisé en cabine (60 minutes) avec une esthéticienne, votre bénéfice** s'élève à environ 7 euros.

Or, la vente d'un produit d'une valeur de 50 euros équivaut à environ 20 euros de bénéfice en seulement 10 minutes ! ...

Conclusion : il est indispensable de compléter le soin par une vente produit pour augmenter votre marge.

Mon conseil : accordez-vous 10 mn d'échange avec votre cliente après chaque soin. C'est un temps précieux, utile et agréable pour recueillir ses impressions avant de lui suggérer quelques produits, en fonction de sa peau et de ses attentes. Pour parvenir à cette rentabilité maximum qui aura, en plus, l'avantage de « vous » offrir un peu de temps de récupération je vous recommande d'aménager un petit quart d'heure de battement entre 2 clientes.

Ces quelques minutes vous permettront :

- + De ne plus jamais oublier l'étape de la vente après le soin.
- + De présenter de façon convaincante et agréable les produits, sans que la cliente le ressente comme du « forcing ».
- + D'éviter tout stress pendant la vente à l'arrivée de la cliente suivante.
- + De vous consacrer entièrement à chaque cliente : elle vous sentira disponible même après le soin, sans se sentir « expédiée » !
- + D'accueillir dans d'excellentes conditions la cliente suivante, qui sera mieux disposée à recevoir le soin, et en sera par là-même plus satisfaite. Donc positivement sensibilisée à l'achat de produits !

N'oubliez pas : Une cliente n'appartient à personne sauf à celle qui sait s'en occuper !

ASTUCE

Pour tous les soins de plus d'une heure, vous pouvez demander un acompte ou pré-paiement (numéro CB en garanti débitée si annulation dans les 12 heures) afin de vous assurer de la venue de votre cliente. Mettez les formes, bien sûr, pour ne pas froisser la susceptibilité de certaines clientes.... « Madame Dupont, je vous informe que nous avons mis en place un nouveau système de réservations pour les soins de plus d'une heure, nous demandons à nos clientes de bien vouloir verser un acompte de X % du montant total des soins, vous n'y voyez pas d'inconvénient ? » Cette formule très efficace engagera votre cliente.

Savoir gérer les retards et annulations

Si les retards ou annulations trop souvent répétés génèrent une perte de chiffre d'affaires importante ou un stress régulier, voici différentes solutions à mettre en place pour améliorer la situation.

Dans le cas d'un retard de + de 5 minutes

N'hésitez pas à contacter votre cliente pour faire un point avec elle. Petite précision lors de la prise de rendez-vous, demandez toujours le portable de votre cliente...

Si vous considérez que son arrivée tardive risque de décaler tout votre planning, vous avez 2 solutions :

- + soit annuler et décaler le rendez-vous. Vous libérez ainsi du temps pour une demande sans RDV.
- + soit prévenir la cliente que son soin sera écourté. Car « pour le respect des autres clientes, vous ne pouvez pas vous permettre de prendre du retard », lui préciserez-vous.

Mon conseil : lors de la prise de rendez-vous, informez vos clientes de ces nouvelles mesures, cela évitera de les surprendre le jour où elles seront en retard.

« Nous tenons à vous apporter une petite précision, Madame. Afin de profiter pleinement du temps qu'il vous est accordé pour votre soin, je vous invite à vous présenter 5 minutes avant l'heure de votre rendez-vous. Soyez ponctuelle car si vous avez du retard, nous ne pourrions pas nous permettre de prendre du temps sur le soin suivant. La cliente suivante n'apprécierait pas d'être prise en retard. Votre soin sera donc plus court, ce serait vraiment dommage ! »

L'idée n'est pas, de lui faire peur, ni de la vexer... mais juste de lui apporter quelques précisions pour le respect des clientes et pour la bonne gestion du planning. En mettant en place toutes ces petites astuces, cela vous permettra de dégager du temps pour être encore plus disponible pour vos clientes et surtout pour développer vos ventes !

* Méthode Virginie Vioron déposée et protégée à l'INPI

** Le bénéfice est le résultat entre le prix du soin, moins toutes les charges directes et indirectes de l'institut : produits, linge, loyer, salaires.

POURQUOI NE PAS INVESTIR DANS UN LOGICIEL DE GESTION ?

Il est possible de gagner du temps en utilisant un logiciel pour gérer vos plannings... Celui-ci pourra sans aucun doute assurer une meilleure gestion de votre temps et sera source du développement de votre chiffre d'affaires ! Il vous aidera, en de multiples occasions, à :

- + Organiser le planning de vos rendez-vous. Il est possible d'associer à ce service un système de rappel par SMS personnalisé. Très efficace, il alertera votre cliente afin que celle-ci n'oublie pas son rendez-vous ! Ces rappels sont effectués selon vos préférences afin de cadrer très exactement à vos besoins, mais aussi aux spécificités de vos clientes ! Ils ont en plus l'avantage de diffuser votre notoriété et de fidéliser votre clientèle.
- + Assurer la gestion des ventes selon différents critères : par produits, par esthéticiennes, par types de soins afin d'établir des statistiques et de mieux cibler les activités rentables.
- + Tenir les fiches clients à jour afin d'offrir un service haut de gamme à votre clientèle. Un simple coup d'œil à la fiche vous permettra de vous remémorer les goûts de chaque cliente, les événements importants (anniversaire...) et les particularités qui la caractérisent (elle apprécie les produits avec des textures fluides...) ainsi que... ses éventuelles propensions à prendre du retard !
- + Suivre la tenue des forfaits, bons cadeaux, cartes de fidélité...
- + Gérer vos stocks, vos éventuels salariés (congelés, etc.)
- + Envoyer vos offres promotionnelles, newsletters et actualités selon des fichiers ciblés.

Ce type de logiciel est généralement très simple à installer. Son principal inconvénient est son coût (à partir de 1 000 € HT environ) et parfois aussi le temps nécessaire à sa prise en mains... qui dépend essentiellement de vos compétences et goûts pour l'informatique ! Une formation est toujours dispensée.

Bon à savoir : Des formules d'abonnement évitent l'achat du logiciel. Vous pouvez le « louer » à partir de 30 €/mois environ. Cela vous permet de tester l'intérêt du logiciel pour votre activité, à moindre coût.