



# MANAGEMENT

LES MISSIONS  
LES TACHES

PRESENTATION - 2023

IRIS&WILLY SPA





**Les valeurs de l'entreprise** sont respectées, la stratégie suivie, les messages efficacement transmis, le budget respecté et les objectifs atteints; faire remonter les informations terrain, s'assurer du bien-être des collaborateurs, mettre en place des actions, idées, projets.



**S'assurer que les objectifs fixés soient bien atteints :** recruter, intégrer, orchestrer les talents, donner les moyens à ses collaborateurs de réaliser les missions demandées et s'assurer que tel est bien le cas.



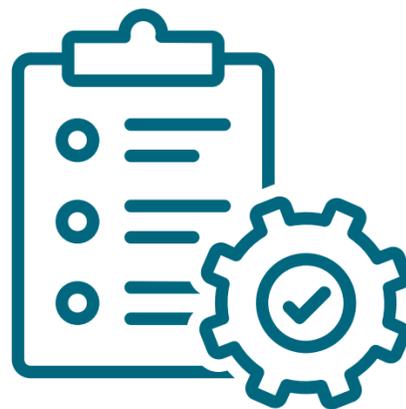
**Donner du sens aux différentes missions :** implémenter une dynamique et une motivation optimales, soigner le bien-être au travail, réduire les tensions, conflits et le turnover



**Faire progresser l'équipe :** tant au niveau de chaque collaborateur (via du coaching personnalisé, des formations spécifiques ou bien en favorisant l'autonomie et la prise de décision, etc.) que collectivement en encourageant l'intelligence collective, la coopération, le mentorat, par exemple.



COMMUNIQUER

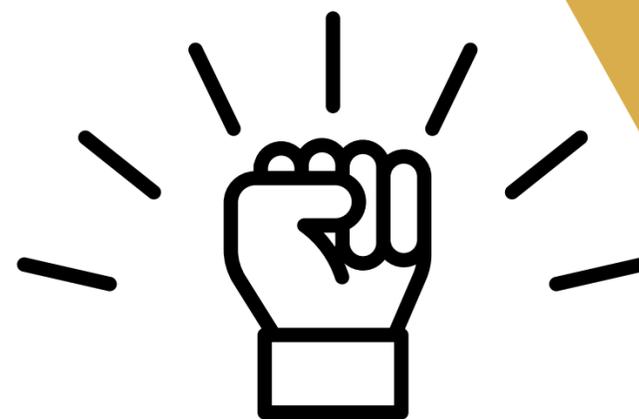


ORGANISER, PREVOIR

CADRER  
ADEQUATEMENT



MOTIVER





## COMMUNIQUER

La communication est la base de toute relation saine. Il s'agit pour le manager de formuler efficacement ses demandes pour que ses collaborateurs réalisent les tâches et atteignent les objectifs fixés, mais également de permettre à ces derniers de s'exprimer librement, exposer leurs idées, besoins, propositions, réflexions, ressentis, etc.

Le manager doit ainsi savoir :

- Ecouter pleinement : pour espérer être entendu et faire passer ses messages efficacement, il faut avant tout écouter.
- Donner et recevoir un feedback régulièrement : faire le point, rectifier le tir si besoin, permettre à chacun de l'améliorer au quotidien... La critique constructive permet à chacun - manager et collaborateurs - d'avancer.



## ORGANISER, PREVOIR

Le manager doit savoir organiser son travail et son temps de manière optimale. Il doit être capable d'orchestrer les missions, prévoir, mais également anticiper et gérer les imprévus (arrêt/départ d'un collaborateur, problème logistique ou matériel, retard dans une livraison, interruptions intempestives, tensions sur le marché, etc.), qui peuvent mettre toute une équipe à terre s'ils sont gérés inadéquatement ou totalement ignorés.



## MOTIVER

Le manager doit maintenir la motivation de chacun de ses collaborateurs au maximum et savoir repérer tout signe de démotivation dès son apparition afin de redresser la barre le plus rapidement et efficacement possible. Il doit garder en tête que les sources de motivation varient d'un individu à un autre, d'un moment à un autre. Certains collaborateurs ont besoin d'un soutien et d'une reconnaissance quotidienne relativement confidentielle pour être rassurés et progresser, d'autres apprécient que leur travail soit reconnu devant toute l'équipe, d'autres encore sont motivés par les challenges, les primes, etc. Motiver revêt différents aspects :

**partager sa vision de manière enthousiaste,**

**montrer l'exemple, être vrai,**

**donner du sens,**

**encourager, valoriser, reconnaître et récompenser les efforts le travail, les réussites...**

**impliquer, responsabiliser, rendre autonome**



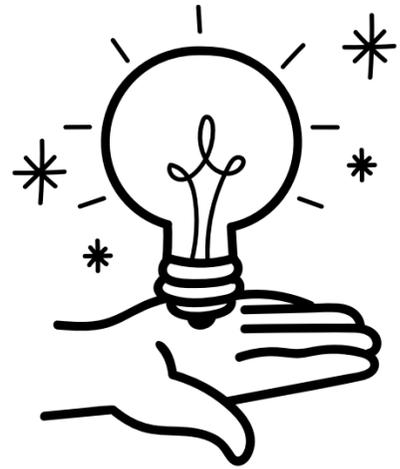
## CADRER ADEQUATEMENT

**Avoir un style de management linéaire, quelle que soit la situation serait une erreur. Adaptez vous !**

Différents styles de leadership sont à sa disposition :

- **directif** : axé sur un mode qui donne au manager un maximum de pouvoir. Très peu - voire aucune - marge de manœuvre n'est laissée aux collaborateurs. Peut s'avérer intéressant en période de crise, par exemple, mais génère énormément de mal-être dans les équipes.
- **persuasif** : forte implication du manager dans la prise de décision tout en gardant un côté humain dans le management.
- **déléгатif** : large marge de manœuvre laissée aux collaborateurs qui sont régulièrement consultés pour avis et prises de décision et fortement impliqués dans la vie de l'équipe et l'organisation. Les objectifs sont toutefois très axés sur les résultats. Pour être efficace, le manager doit déléguer la bonne tâche à la bonne personne.
- **participatif** : le plus ouvert et le plus humain. Les collaborateurs sont largement impliqués dans la vie de l'équipe, notamment en ce qui concerne les prises de décision qui sont prises de manière transversale.

INSPIRER



VALORISER



SOUDER L'EQUIPE



ETRE AUTHENTIQUE



SAVOIR DIRE NON

**IRIS&WILLY SPA**



## INSPIRER

- Le manager doit être moteur pour l'équipe, asseoir un certain leadership, montrer l'exemple et entraîner tous ses collaborateurs dans sa dynamique. Bienveillance, respect, autorité et flexibilité sont de mise au quotidien. Montrer l'exemple ne signifie pas être intouchable et avoir toujours raison, posséder la science infuse. Le manager doit être capable d'entendre les critiques, se remettre en question et savoir reconnaître ses torts le cas échéant.



## SOUDER L'EQUIPE

- Les projets ne verront le jour positivement que si l'équipe est soudée, que chacun fait son travail tout en apportant son soutien à ses collègues lorsque cela est nécessaire. Car c'est bien connu : "Seul, on va plus vite, ensemble, on va plus loin". Le rôle du manager est ainsi de développer la cohésion d'équipe, la coopération et l'intelligence collective.
- Pour améliorer la cohésion d'une équipe, il existe des outils tels que le team building . Bien utilisés, ils permettent de souder un groupe et renforcer l'esprit d'équipe et la motivation collective.



## VALORISER

·Le manager encourage, valorise, reconnaît le travail, les efforts, les divers talents et compétences de chacun, etc. Il permet à chacun de s'épanouir et s'améliorer. Il encourage le travail collaboratif afin de donner davantage de sens aux missions individuelles et collectives.



## ETRE AUTHENTIQUE

·En étant vrai, en gardant sa personnalité tout en respectant les valeurs et pratiques de l'entreprise, le manager tisse des liens avec les membres de son équipe et favorise les bonnes relations entre et avec ses collaborateurs afin d'implémenter un climat de confiance réciproque.  
·Ce n'est ni un surhomme ni un robot, mais bel est bien une personne capable de reconnaître ne pas tout savoir ainsi que ses erreurs si besoin.  
Il doit également savoir faire preuve d'indulgence, de tolérance et d'empathie envers ses collaborateurs.



## SAVOIR DIRE NON

- Le manager doit savoir cadrer, recadrer et si besoin dire non fermement. Le respect ne se gagne pas en disant toujours oui, mais bien en étant capable de refuser poliment, mais fermement lorsque cela est nécessaire.
  - Dire non est un gage de respect vis-à-vis de soi-même, mais également envers autrui.
- En tant que manager, dire non, c'est faire preuve de confiance en soi et d'assise dans sa position de leader .



## MAÎTRISER LA GESTION DES CONFLITS ET DU CHANGEMENT

- Voilà deux exercices qui ne s'improvisent pas et que tout manager rencontrera au moins une fois dans sa carrière. Il devra être à même de repérer tout signe de tension au sein de son équipe, décrypter et analyser les causes et agir adéquatement avant que la situation ne s'envenime et lui échappe totalement.
- Par ailleurs, le changement – quel qu'il soit – est un processus qui nécessite un accompagnement. Les phases traversées par un individu lors de l'annonce d'une transformation sont immuables. Certaines peuvent être mal vécues. D'autres engluent parfois l'individu dans un immobilisme incontrôlable. Selon la personnalité et le vécu du collaborateur, le contexte et le degré d'importance du changement, le manager devra être prudent et adapter son mode de management et son accompagnement.



# ANALYSE DU MARCHÉ LOCAL

PRESENTATION - 2023

IRIS&WILLY SPA



# COMMENT DÉFINIR SON MARCHÉ ?



ZONE DE CHALANDISE, CONCENTRER SON ACTIVITÉ



IDENTIFIER LES RELAIS  
SE FAIRE CONNAITRE , BASE DU COMMERCE  
TISSUS LOCAL  
PRESCRIPTEURS



# LA COMMUNICATION

PREVOIR ET MAITRISER

PRESENTATION - 2023

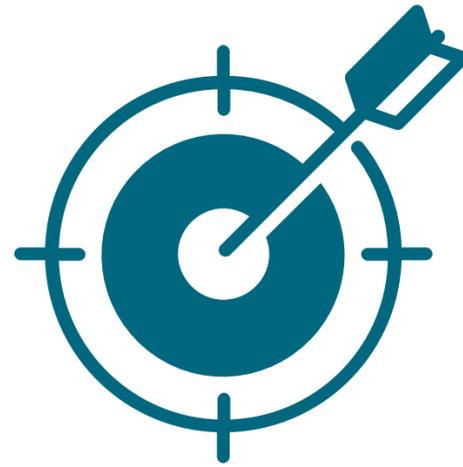
IRIS&WILLY SPA



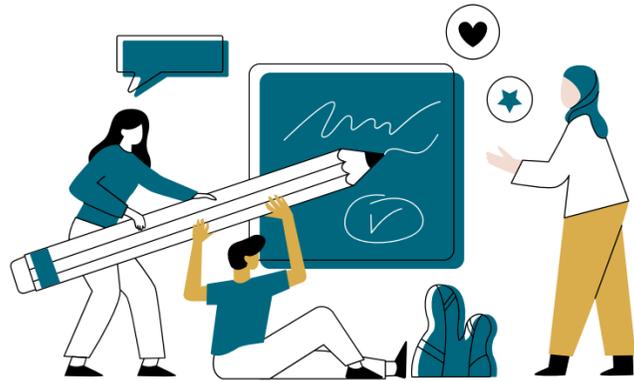
# ATTIRER



COMMUNICATION INTERNE ET EXTERNE



QUI CIBLONS NOUS ?



QUAND COMMUNIQUER ? = PLAN  
MARKETING ANNUEL



QUEL BUDGET ATTRIBUER ?

## COMMUNICATION INTERNE

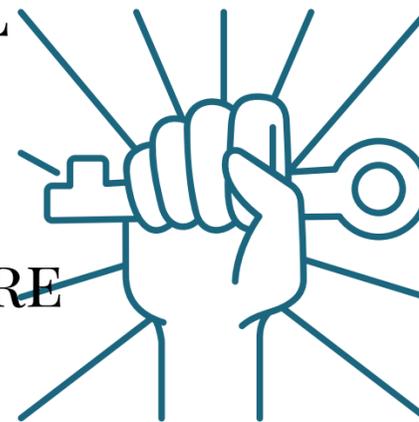


PLV, PACKS COMMUNICATION  
DYNAMISER EN SAISONNIER  
VITRINE ATTRACTIVE , BOUTIQUE, MERCH  
L'ÉQUIPE EST UN VECTEUR ET À SON  
PROPRE RÉSEAU



## COMMUNICATION EXTERNE

- MOYENS DE COMMUNICATION
  - OÙ ? QUELS SUPPORTS ?
- LES RÉSEAUX SOCIAUX , CM, VIE DU SPA  
(RYTHME DE DIFFUSION, CONTENU, QUEL  
CONTENU POUR QUEL SUPPORT)
  - ADS GOOGLE ET RÉSEAUX
- ACTIONS COUP DE POING À L'OUVERTURE  
(4X3, BUS, INAUGURATION...)



## COMMUNIQUER SUR LES RÉUSSITES

- COMMUNIQUER SUR LES RÉUSSITES
- RÉSEAUX SOCIAUX CLIENTS
  - PARTAGER LES AVIS ET LES  
SOLLICITER
  - FÊTES ET APRÈS FÊTES (NOMBRE  
DE  
BONS CADEAUX, ETC)



# DETERMINER UN OBJECTIF COMMERCIAL

PRESENTATION - 2023

IRIS&WILLY SPA



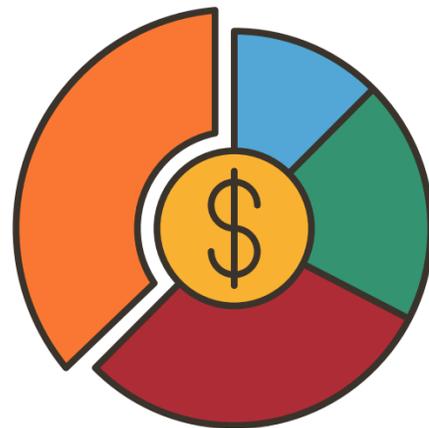
# DÉTERMINER UN OBJECTIF COMMERCIAL



EN S'APPUYANT SUR LE BP/EXISTANT ET EN  
PROJETANT DES AMÉLIORATIONS  
= PLAN D' ACTIONS



EN DÉVELOPPANT SES COMPÉTENCES  
= FORMATION ACADÉMIE RÉGULIÈREMENT



EN DÉVELOPPANT SA PRODUCTION POUR  
AGRANDIR SON CHIFFRE ET NE PAS STAGNER  
ET SE FAIRE DÉPASSER

*Tout ce qui est mesuré s'améliore  
, déterminer ses besoins et passer de  
l'objectif à l'action*



# LE RECRUTEMENT

PRESENTATION - 2023

IRIS&WILLY SPA



# DÉTERMINER SON BESOIN EN RECRUTEMENT



PLANIFIER C'EST NE PAS SUBIR



QUAND RECRUTER ?



DÉFINIR ET ANTICIPER LES BESOINS



QUE REPRÉSENTE UN EMPLOYÉ EN CHIFFRE  
D'AFFAIRE ?



## CE QUI ATTIRE LES CANDIDATS

LE TRAVAIL AVEC LES ENFANTS / FAMILLES

LA NON RÉPÉTITIVITÉ

L'AMBIANCE

LES HORAIRES DE TRAVAIL FAVORABLES



## CE QUI NE DOIT PAS LES ATTIRER

LE SALAIRE

LES JOURS DE REPOS

LE FAIT DE SE REPOSER PHYSIQUEMENT



# LE RECRUTEMENT

## LES SOURCES DE RECRUTEMENT

POLE EMPLOI  
ÉCOLES D'ESTHÉTIQUE  
RÉSEAUX SOCIAUX



## LE PROFIL DE LA SPA PRATICIENNE IRIS & WILLY SPA



DIPLOMES (CAP, SPA PRAT)

SAVOIR ÊTRE

SAVOIR FAIRE (MASSAGES, COSMÉTOLOGIE)

## MÉTHODOLOGIE

**E1** : APPEL SUR CV: PREMIERE IMPRESSION

**E2** : ENTRETIEN DE DÉCOUVERTE: LE CANDIDAT PARLE, INUTILE DE DÉCRIRE L'ENTREPRISE OU LE POSTE, DÉCOUVREZ SA VIE , SA PERSONNALITÉ , SES ENVIES ET COMPÉTENCES : APPEL DE RÉFÉRENCE

**E3** : TEST PHYSIQUE: TEST CABINE POUR VALIDATION DES ACQUIS

**E4** : ENTRETIEN

FINAL: VOUS PARLEZ , VENTE DU POSTE ,CLOSING DU CANDIDAT CHOISI



**IRIS&WILLY SPA**

# LE RECRUTEMENT

## L'INTÉGRATION DE LA SPA PRATICIENNE

PROGRESSIVITÉ / NIVEAU D'EXIGENCE  
CONFIANCE N'EXCLUE PAS LE  
CONTRÔLE  
PLAN D'ACTION JUSQU'À M+2  
RAPPORT D'INTÉGRATION



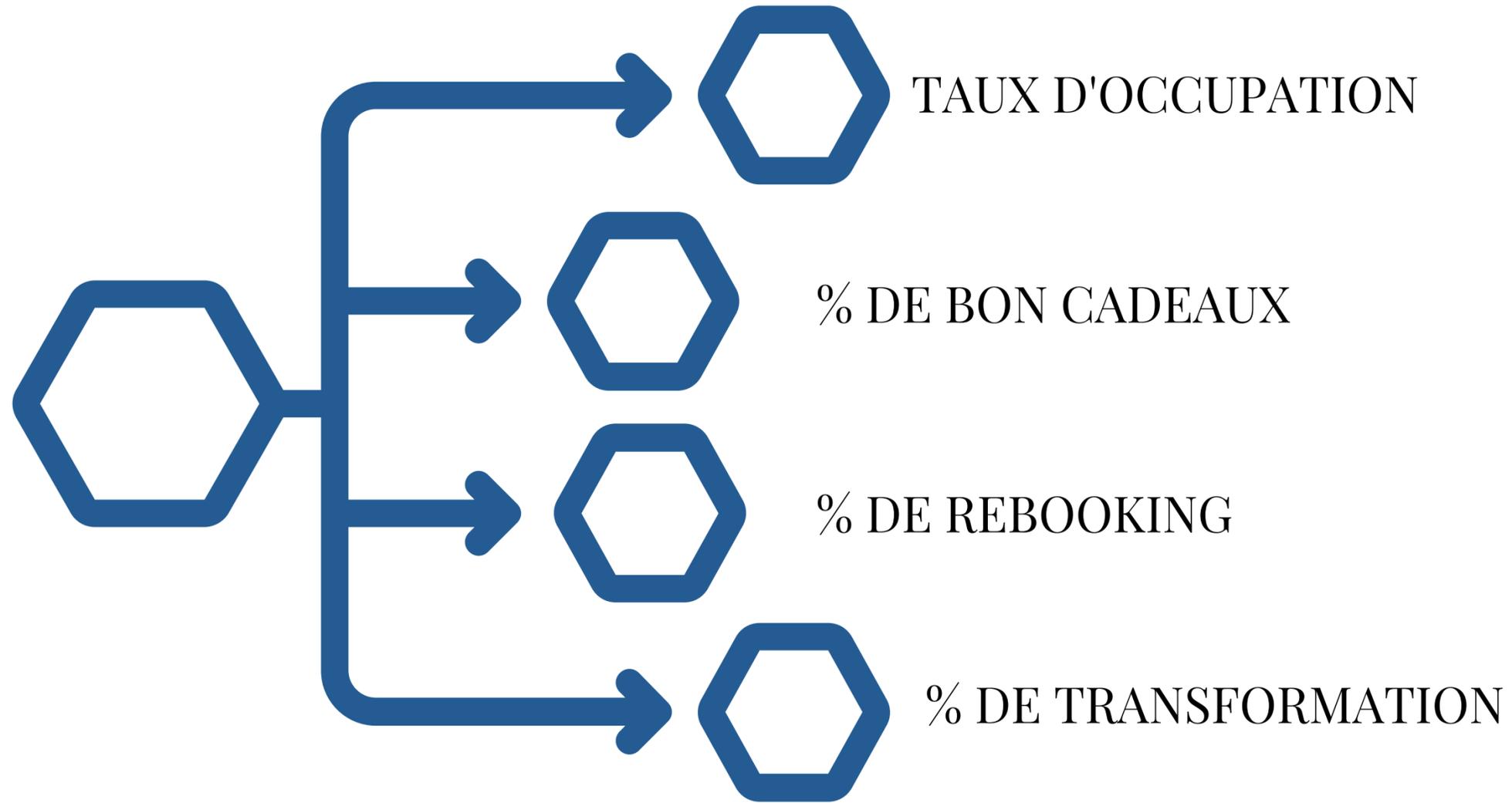
## LA MOTIVATION



## ANIMER

LES CHALLENGES : COMMENT LES  
CONSTRUIRE  
LA COHÉSION D'ÉQUIPE  
LES FORMATIONS  
L'ÉVOLUTION





## TAUX D'OCCUPATION



Le taux d'occupation est le % de remplissage de l'entreprise. Il comprend deux paramètres:

1. Il vous permet d'analyser votre activité avec le % de remplissage cabine, de manière générale; c'est une vue d'ensemble de votre activité, et de manière plus ciblée; quel espace est le plus rentable et lequel doit être mis plus en valeur
2. Ce taux vous permettra de déterminer le pourcentage de temps où vos praticiennes sont en soin. En fonction du taux, vous devrez accentuer votre remplissage (s'il est bas) par des actions de communication ou des offres promotionnelles. Cet indicateur (s'il est haut), vous permettra d'envisager un recrutement afin de raccourcir le délai de prise de rendez-vous sur vos agendas.

## % DE BON CADEAUX



Cet indicateur vous permettra d'anticiper votre gestion de personnel et votre recrutement. En fonction de ce % vous aurez une visibilité sur 8 mois d'une partie de votre activité en fonction des ventes.

Si ce % est trop haut, il est peut être temps d'anticiper en recrutant une alternante ou un temps plein. Ce % vous permettra également de distinguer votre propension à l'achat de bon ainsi que l'attractivité de votre établissement en venue directe, c'est à dire les clients qui prennent rendez-vous pour eux et non via un cadeau.

## % DE REBOOKING



Les rebooking sont les reprises de rendez-vous avec un client déjà existant. C'est donc notre indicateur de fidélisation. Indice primordial pour pérenniser l'évolution de votre entreprise, la revisite doit être un point clé de votre management.

## % DE TRANSFORMATION



Il mesure le pourcentage de personnes réalisant une action spécifique (un achat par exemple) après un premier contact avec l'entreprise.

Ici vous aurez 2 indicateurs de taux de transformation:

1. celui de votre boutique (% d'achat de prestations via le site internet), qui vous permettra de déterminer si votre com (notamment les google ads) sont bien ciblés.
2. Celui des praticiennes : On parle d'achat de produit lors d'une visite. Une praticienne vend X produits tous les X clients.