

# L'EXPÉRIENCE CLIENT



C'est quoi ça?





# CE QUE VIENNENT CHERCHER NOS CLIENTS

au-delà des moments forts et intenses qu'il vivra sur place, le client restera marqué par cette expérience à son retour chez lui.

## LE CONSEIL

*dès la prise de rendez-vous.*

1. L'explication du soin
2. Les attentes du client
3. La proposition de soin additionnel
4. Le conseil professionnel de fin de soin



## LA BIENVEILLANCE

1. L'écoute du client
2. La compréhension de ses besoins
3. l'adaptation

LA

●● PERSONNALISATION:

1. Nom et âge de l'enfant
2. La musique
3. La boisson
4. La lumière
5. L'univers olfactif





## ÉTAPE

# 01

### A la maison : La prise de RDV

Scénarisation automation pour choisir son soin selon son envie: on choisit par besoin et non sur liste Expérience de soin au choix (senteur, musique, boisson,...)

Questionnaire médical

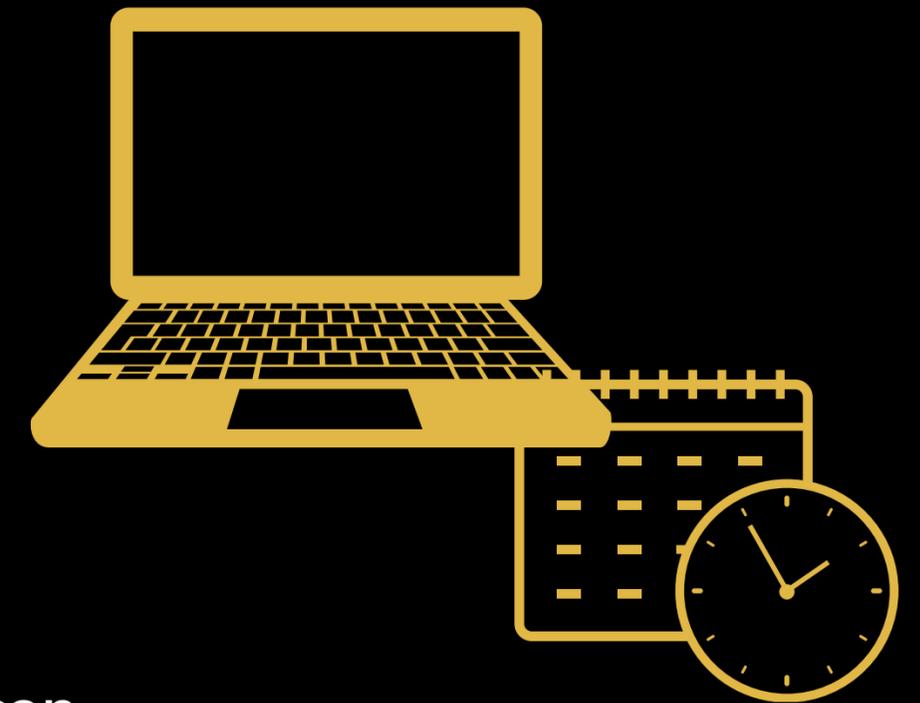
Questionnaire envies et besoin

Up et cross sale proposés

Pour la praticienne : anticipation des besoins et pré découverte client avec pré ordonnance établie par le logiciel.

Pré vente de prestations

complémentaires ou produits





**ÉTAPE**

**02**

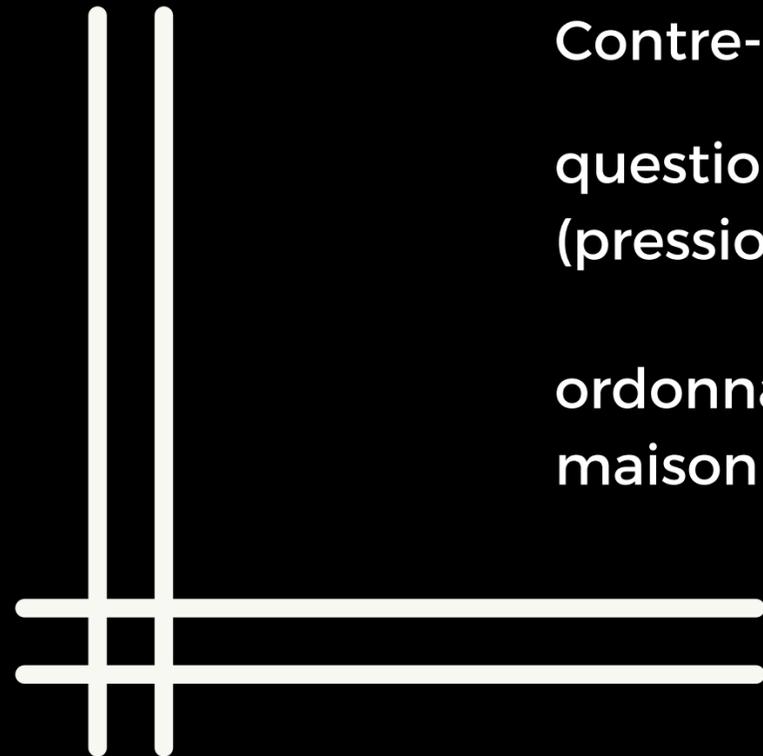
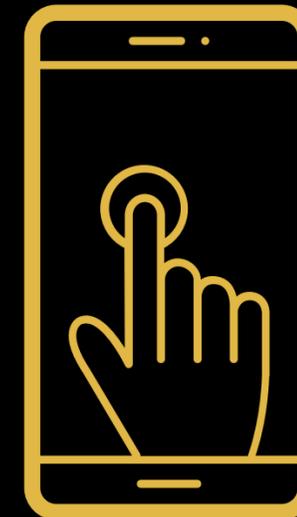
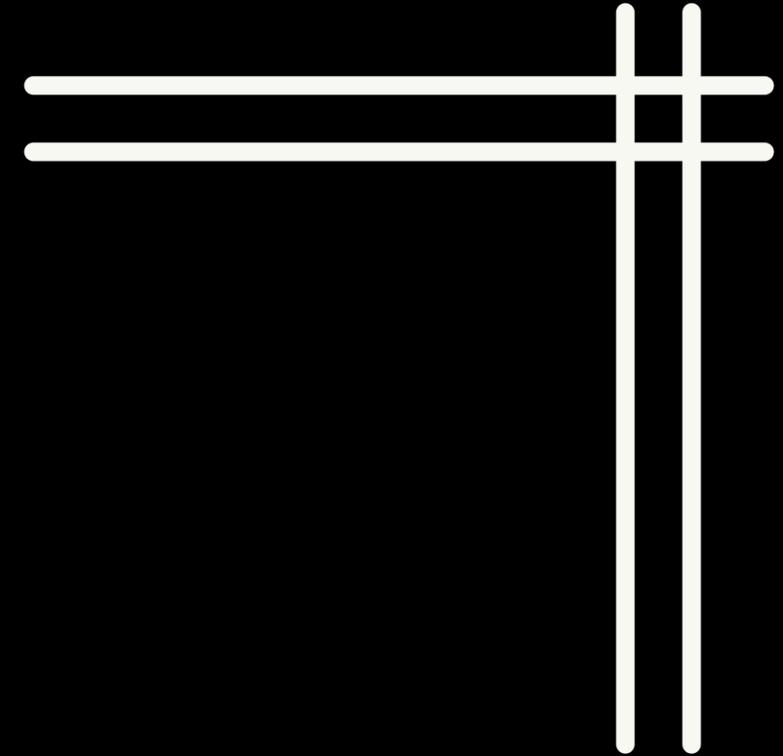
## A la maison : La personnalisation

Choix d'expérience: musique, lumière, boisson de fin de soin

Contre-indications

questionnaire sur les attentes du soin (pressions, zones à cibler)

ordonnance beauté sur la routine à la maison ( corps et visage)





## ÉTAPE

# 03

## La prise de rendez-vous

"Iris & Willy Spa pauline Bonjour"

Ecoute active du client 20/80

Identifier les attentes et besoins du client et reformuler

Conseil sur le choix de la prestation, UP sell ( fish pédicure, Rituel, Balnéo, option massage)

Ce n'est pas le client qui décide de l'heure précise, il faut optimiser son planing (10H30)

Création de la fiche client et prise du RDV sur le calendrier

Récapituler avec le client: la date et l'heure du RDV, se présenter 5 ou 10 minutes à l'avance (en fonction de votre organisation), s'il souhaite modifier ou annuler son RDV c'est 48H à l'avance

Prendre le prénom et l'âge de l'enfant. Indiquer ce qu'il faut emmener (sac de linge) et ce qu'on fournit ( couche de bain )

**ATTENTION!!! aucun RDV ne doit être pris sans sécurisation (BC ou CB)**



# ÉTAPE 04

## Accueil du client

"Bonjour, Bienvenue!"

Je demande le nom de la personne

Je récupère le bon cadeau s'il en a un ou vérifie le numéro sur son téléphone:

Si le soin n'est pas réglé, le faire en fin de soin uniquement

Si le soin n'est pas réglé, le faire en fin de soin uniquement

N'oubliez pas de vous présenter par votre nom pour la mise en confiance

Le sourire est gratuit et contagieux alors n'hésitez pas!  
N'oubliez pas que le client pousse peut être la porte de votre établissement pour la première fois, il rentre donc CHEZ VOUS, et il est important qu'il se sente en confiance.



Etablissement : **vert clair**

Il est arrivé à l'établissement

Casier : **vert foncé**

votre client est dans l'espace attente



ÉTAPE

05

## Le début de l'expérience

Le vocabulaire et l'attitude doit changer en fonction de l'âge de votre client ( bébé, enfant, adulte)

Valider et réexpliquer le soin réservé, surtout pour les enfants

Valider la personnalisation choisie sur l'ordonnance par le client

Valider la senteur de l'huile si sélectionnée sur internet ou découverte.

Faire retirer les chaussures et donner les chaussons

Insatllation en cabine



## Je le prend en charge mon client



Début du soin : **jaune**

L'heure de prise en charge est enregistrée

Vous validez les options et le diagnostic "brut" du client

## ÉTAPE 06

### En cabine



Se laver les mains devant le client avant et après soin

Personnalisation du soin en fonction des attentes et besoin du client. Zones, contre-indications..

Indiquer qu'un conseil est offert en fin de soin

Installation sur la table de soin en fonction de votre client: femme enceinte, enfant...

Vérifier le confort du client, température, installation

## ÉTAPE 07

### J'ai fini mon soin



- 1) Je sors de cabine : Fin du soin = **orange**
- 2) Je valide les réponses du diagnostic ou je change les réponses
- 3) J'installe mon client en espace post soin (salle de repos, ...)
- 4) Je valide l'ordonnance , je lui donne la tablette et lui dis que je reviens dans quelques minutes
- 5) Je refais ma cabine

# ÉTAPE 08

## Je Conseille mon client

Mon client a lu son diagnostic

Je lui propose des solutions  
basée sur des faits (résultats ordonnance),

je m'appuie sur la personnalisation du conseil

Je m'aide du logiciel qui m'aiguille sur les  
produits et prestations à conseiller



## La personnalisation du conseil

Offrir une boisson au client et s'installer  
confortablement pour l'échange

Ne pas oubliez que votre priorité en tant  
qu'experte de la peau n'est pas forcément la  
même que celle de votre client

Quelles sont ses attentes ?

Quelle est sa priorité?

Attention! un produit non testé est un produit  
non acheté

Je conseille aussi un soin pour le rebooking.  
Fidélisation

# ÉTAPE 09

## Je clôture ma prise en charge

Je sélectionne avec lui ses achats et les bascule  
sur sa facture

Je clique sur le parcours ordonnance = client  
**rouge**,

l'accueil va le prendre en charge



## Je clôture ma prise en charge

N'oubliez pas de closer votre conseil

En validant l'ordonnance, le rebooking et ses  
achats apparaîtront directement lors de  
l'encaissement



# RÉALISER UN DIAGNOSTIC DE SOIN

Comprendre pour mieux conseiller



**A quoi ça sert?**



**Quand réaliser le diagnostic?**



**Quelles sont les 3 étapes clé?**



# LE DIAGNOSTIC, À QUOI ÇA SERT?



MASSAGE 100% SUR MESURE



MASSAGE QUI RÉPOND AUX  
BESOINS DU MASSÉ



ÉCHANGER POUR METTRE LA  
CLIENTE EN CONFIANCE



MONTRER VOS COMPÉTENCES ET  
CONNAISSANCES



MONTRER NOTRE QUALITÉ DE  
SERVICE



**FIDÉLISATION CLIENT, RECOMMANDATION  
VENTE, REBOOKING**

# QUAND RÉALISER LE DIAGNOSTIC DE SOIN?



**À L'ARRIVÉE DU CLIENT**



**AVANT LE SOIN DANS UN  
ENDROIT CALME**



**AVANT LE SOIN, EN CABINE**





A la maison :

## La prise de RDV

Scénarisation automation pour choisir son soin selon son envie: on choisit par besoin et non sur liste Experience de soin au choix (senteur, musique, boisson,...)  
Questionnaire médical  
Questionnaire envies et besoin  
Up et cross sale proposés

ÉTAPE  
**01**



Pour la praticienne : anticipation des besoins et pré découverte client avec pré ordonnance établie par le logiciel.  
Pré vente de prestations complémentaires ou produits

Inviter le client à remplir son ordonnance dès la prise de RDV

Prénom, mois de grossesse, contre-indications..

# LES TROIS ÉTAPES CLÉ



I. Instaurer un climat de confiance



II. Découverte des besoins, écoute active  
20/80



III. Reformulation des besoins

# I. INSTAURER UN CLIMAT DE CONFIANCE

QUAND COMMENCE LA MISE EN CONFIANCE?

---

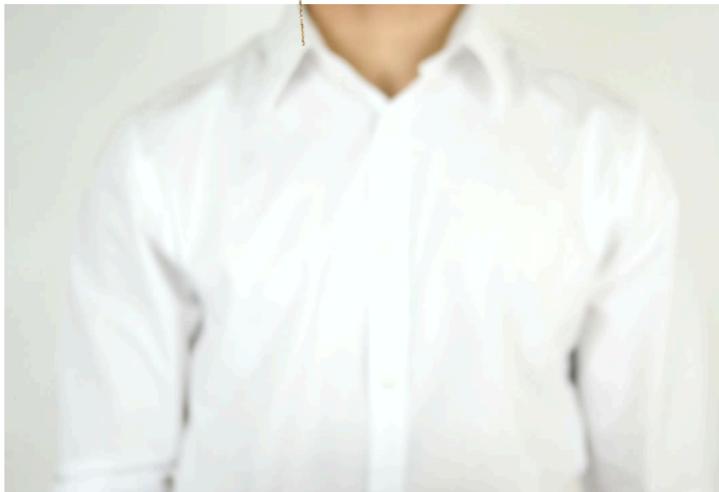
COMMENT LEVER LES BARRIÈRES?

---

QUEL EST L'INTÊRET DE METTRE EN CONFIANCE MON CLIENT?



# Quand commence la mise en confiance?



OU

OU

PREMIÈRE IMAGE DE L'ENTREPRISE

VOUS ÊTES LA PREMIÈRE IMAGE DU SPA

LES CLIENTS SONT PARFOIS PERDUS

COHÉRENCE DU SITE

LE SOURIRE S'ENTEND

MIEUX VAUT LEUR EXPLIQUER  
PAR TÉLÉPHONE

INFORMATIONS SUFFISANTES ET  
SÉCURISATION

LE CONSEIL FAIT PARTIE DE LA MISE  
EN CONFIANCE

RELISEZ VOS MAILS!

## *Comment lever la barrière de méfiance?*





### **LA CONNAISSANCE/LA MAITRISE:**

Etablir un lien de confiance requiert une certaine connaissance et une certaine maîtrise, à savoir votre entreprise, votre produit/service (carte des soins et produits cosmétiques), et bien évidemment, votre client.

### **LA STRATÉGIE D'ACQUISITION VS LA STRATÉGIE DE RÉTENTION**

Plusieurs sociétés font de l'acquisition de nouveaux clients leurs priorités et oublient les clients acquis/actuels : Qui sont-ils ? Quel est leur retour sur le parcours client ? Quelles sont leurs frustrations? etc. Il importe de rappeler que les clients actuels disposent de trois armes redoutables : I) rester un client ou partir, II) augmenter ou baisser leurs dépenses III) et surtout faire un buzz positif ou négatif autour de la société/marque; ce buzz pourra influencer leurs familles, leurs voisins, leurs amis, leurs collègues et même toute personne qui tombe sur leurs messages dans l'un des réseaux sociaux. Par conséquent, la rétention des clients actuels est essentielle. Cela se concrétise d'abord par une bonne compréhension des clients actuels, ensuite, par l'établissement d'un bon parcours client, par ailleurs, par une offre et une communication adaptées et pertinentes, en outre, par un service client impeccable tout en restant continuellement à l'écoute et cohérent à travers les différents « touchpoints » online et offline.



## **L'HUMANISATION DE LA RELATION :**

L'une des clés d'entrée pour comprendre ce concept est d'éviter l'approche purement commerciale pour vendre un produit/service et se focaliser plutôt sur le client prospect, ses besoins et ses attentes. En outre, essayer de partager avec lui ce que vous faites, pourquoi vous le faites et pourquoi c'est important. A ce stade, on parlera du concept « Human to Human », H2H. L'expérience a montré que quand le client est exposé à l'aspect humain de son interlocuteur, ce dernier a plus de chance d'être considéré digne de confiance.



## **LA PROMESSE VS L'EXPÉRIENCE :**

Tenir ses promesses est un engagement indispensable pour mériter la confiance de vos clients. Quand l'expérience est équivalente à la promesse, la société en question méritera le titre d'être authentique.



*Quel intérêt de mettre mon client en confiance?*



*créer une expérience en cohérence avec les  
attentes du client*



**VENTE, REBOOKING**



*recommandation*



**FIDÉLISATION CLIENT**





***Du service de  
Base à  
l'Exceptionnel***



***L'expérience client***



**Aller au delà de mes besoins pour me rendre meilleur**

**Fournir ce dont j'ai besoin sans que je le sache**

**Fournir ce dont j'ai besoin sans me le demander**

**Répondre à mon besoin quand je le demande**

**Résoudre mon problème lorsque je le demande**

**Me fournir des informations utiles**



## Les étapes clé:



Si le client n'a pas rempli l'ordonnance, la remplir avec lui

Annoncer avant le début du massage qu'un conseil est offert en fin de soin.

à l'arrivée, valider et expliquer le soin: les bienfaits du massage, le partage d'ocytocine.

Proposer un masque en addition du soin

Définir les besoins et attentes du client. Si cette étape n'est pas faite, votre client critiquera la prestation quoi qu'il en soit.

Si adulte uniquement demander s'il préfère un conseil corps ou visage



Faire tester, et closer