



DOSSIER > FIDÉLISEZ VOS CLIENTS



ARRIVEZ-VOUS À FIDÉLISER VOS CLIENTS ?

Oui, et on le voit surtout grâce à notre taux de recrutement client par le bouche à oreille. Car un client fidèle c'est un client qui nous recommande à un autre client. Avoir une clientèle fidèle est particulièrement important dans un métier comme le nôtre où 20 % de nos clients font 80 % de notre chiffre d'affaires. D'où l'importance de se concentrer tout particulièrement sur la fidélisation des clients en mettant en place des techniques de fidélisation.

QUELLES SONT CES TECHNIQUES QUE VOUS METTEZ EN PLACE ?

Lorsqu'un client entre dans un de nos espaces de beauté, nous recueillons un maximum d'informations sur lui afin de pouvoir lui apporter un vrai suivi. Par exemple, une cliente qui se fait défriser les cheveux chez nous recevra 15 jours plus tard un e-mail de rappel pour lui indiquer qu'il est temps qu'elle fasse son soin. À travers de petites actions comme celles-ci, nous essayons de faire comprendre à notre cliente qu'on est soucieux d'elle et qu'elle n'est pas une cliente lambda. Je pense que c'est en gardant une relation avec la

cliente dans le temps, et pas uniquement lorsqu'elle se rend dans un de nos espaces de beauté, qu'on réussit à la fidéliser. Nous fidélisons également nos clientes en créant de nouveaux besoins. Pour une cliente qui a bénéficié d'une prestation en esthétique, nous lui enverrons un petit mot lui proposant de bénéficier de nouvelles prestations coiffure.

AVEZ-VOUS CRÉÉ DES CARTES DE FIDÉLITÉ POUR LA CLIENTÈLE ?

Nous avons des cartes de fidélité qui offrent des bons d'achat à consommer dans les 30 jours ainsi que des cartes V.I.B (Very important beauty) qui permettent aux clientes d'avoir accès au club et de bénéficier de réductions.

VOTRE CLIENTÈLE EST-ELLE HOMOGENÈME OU Y A-T-IL DES DIFFÉRENCES ?

Au départ nous avons défini notre cœur de cible comme une femme de 35 ans, urbaine et active. Or nous nous apercevons que nos clientes sont des femmes de 18 à 70 ans, actives ou non. Nous avons même de plus en plus d'hommes qui viennent chez nous ! Nos clients sont très différents les uns des autres mais le seul critère qui les rejoint est qu'ils sont tous soucieux de leur apparence.

Notre clientèle est très variée, mais la diversité fait partie de l'ADN du concept d'Ethnicia.

VOS TECHNIQUES DE FIDÉLISATION DE VOS CLIENTS SONT-ILS ADAPTÉES AUX DIFFÉRENCES DE CHACUN ?

Nous nous adressons aux clients suivant leurs habitudes de consommation et leurs besoins particuliers. Nous faisons du sur-mesure. Grâce à une analyse de chaque type de clients nous arrivons à recouper des paramètres et à faire des envois groupés à des clients qui pourraient avoir le même type de besoins ou les mêmes envies.

LES CLIENTS QUI N'ONT PAS ÉTÉ SATISFAITS, COMMENT LES TRAITEZ-VOUS ?

Si un client fait une réclamation par exemple, nous faisons bien attention à y faire systématiquement suite. Nous ne pouvons pas satisfaire tout le monde, mais nous essayons.

ET COMMENT FAITES-VOUS REVENIR VOS BONS CLIENTS ?

Nous traitons tous nos clients de la meilleure manière possible car le service client est fondamental pour nous. Je reçois mes clients comme si je les recevais chez moi, dans une ambiance

chaleureuse, avec un bon café. Le client vient chez nous pour se relaxer et pour être écouté. Notre valeur fondamentale c'est le respect du client. Cela consiste à ne pas classer les clients dans des catégories prédéfinies mais à respecter ce que le client a envie d'être. Finalement notre envie c'est que la cliente se sente chez nous comme un membre de notre « famille », qu'elle ne soit pas considérée comme un simple chiffre d'affaires, mais comme un humain qui partage nos valeurs.

AVEZ-VOUS DÉJÀ FAIT DES ERREURS DANS VOS TECHNIQUES DE FIDÉLISATION DE CLIENTS ?

Oui énormément. Surtout au départ puisque j'avais une méconnaissance totale des techniques qui permettent de fidéliser mes clients. Mais au fur et à mesure, j'ai observé ce à quoi mes clients étaient sensibles. Il y a également des questionnaires de satisfaction que je remets à chaque fin de prestation. Les clients nous font des suggestions qui nous permettent ensuite de construire une meilleure stratégie de fidélisation.

COMMENT RÉUSSISSEZ-VOUS À CRÉER UN LIEN RÉGULIER AVEC VOS CLIENTS ?

Nous avons pour cela créé un blog où l'on répond à nos clients et grâce auquel nous pouvons être en permanence en contact avec eux. Nous animons également une WebTV où sont diffusés des conseils de beauté. Nous sommes aussi très actifs pour ce qui est du community management. Chaque responsable d'espace de beauté a sa propre page une page Facebook et anime sa communauté. À travers ces outils, nous souhaitons montrer à nos clients que nous sommes soucieux de leurs attentes et que nous tâchons de leur faciliter la vie. Nos collaborateurs sont des acteurs primordiaux de la fidélisation de nos clients. Ce sont eux qui sont sur le terrain, à l'écoute de nos clients. Ils nous font régulièrement des retours pour que nous ne restions à l'affût de ce qui se passe dans la réalité de nos salons. C'est important d'être vraiment à l'écoute du terrain, et pas seulement dans une approche philosophique.

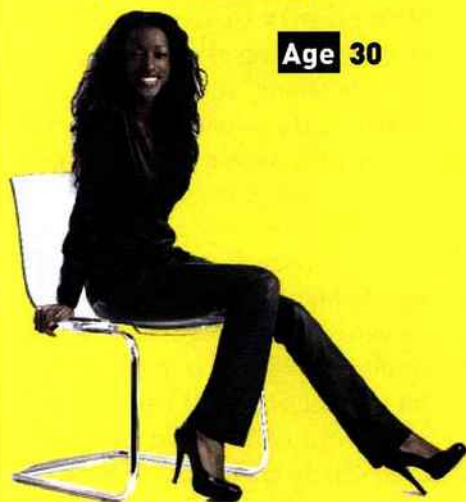
ORGANISEZ-VOUS DES ÉVÈNEMENTS POUR VOS CLIENTS ?

Nous organisons de plus en plus de soirées privées avec nos bonnes clientes ou avec des filles actives sur notre page Facebook. Ces soirées sont pour nos clientes fidèles l'occasion de tester nos nouveaux produits ou prestations. ●

LES 5 CONSEILS

HAPSATOU SY

Age 30



1 ÊTRE À L'ÉCOUTE. Le client est le cœur de l'entreprise. Il faut écouter ses habitudes, ses goûts, ses envies mais aussi de ses mécontentements.

2 ÊTRE PRÉSENT SUR INTERNET. C'est un lieu à ciel ouvert où on peut faire ce que l'on veut et dire ce que l'on veut. Il faut y apporter des réponses car les gens se fient beaucoup à l'avis des autres consommateurs sur Internet.

3 NE PAS RESTER DANS SON BUREAU. En tant que dirigeant, il faut aller sur le terrain, voir comment les clients sont considérés. À vous, ils vous diront d'autres choses que ce qu'ils disent à vos collaborateurs.

4 TOUJOURS PROPOSER DES NOUVEAUTÉS. Les gens aiment les innovations.

5 ÊTRE AU TOP AU NIVEAU SERVICE. Mais ne pas confondre service et servilité.