



3^E ATELIER FILIÈRE BEAUTE, SANTE, BIEN-ÊTRE

- **Jeudi 23 mai 2013**
- **13h30 – 16h30**
- **Lieu :** Espace des Diversités et de la Laïcité
38, rue d'Aubuisson, 31 000 TOULOUSE

LISTE DES PARTICIPANTES

Créatrices : Julie ALEXANDRE,
Claudine JIMBERGUES,
Chantal COLOMB,
Marie-Amina EZZOUINE.

Excusées : Christine ABOUKHAIJ.

Egalitere : Laetitia LEVARATO
Sophie RAZAVI

DÉROULEMENT

Discussion préalable : la fidélisation de la clientèle

En attendant le commencement de l'atelier sur les outils de communication, la question de la fidélisation de la clientèle a été posée par une des participantes. Que faire lorsqu'un-e client-e ne revient plus ? Les participantes n'envisagent que difficilement l'idée d'appeler par téléphone la personne et préfèrent envoyer un mail avec une nouvelle offre. En effet, la fidélisation de la clientèle englobe toutes les actions permettant d'éviter la perte de clientèle. Après discussion nous avons pensé à quelques moyens à mettre en place pour fidéliser :

- Une carte de fidélité avec une réduction finale
- Un forfait dégressif pour 3 à 5 séances
- Prix dégressif si la fin d'une séance se termine par une nouvelle prise de rendez-vous
- Pour les cas de commande : faire signer un bon de commande et un acompte de 30 %

Par ailleurs, afin de prévenir les annulations, les participantes ont pensé qu'il était judicieux de téléphoner 48H avant et/ou d'envoyer un texto-type 24H avant. Cette méthode a l'avantage de rappeler au client-e son rendez-vous mais aussi de lui donner l'opportunité de prévenir en cas d'absence à la date prévue.



Focus : Article de presse sur l'Espace Ninphéa

Vous pouvez lire l'article de presse [ici](#). Chantal COLOMB nous a raconté son expérience. Pour s'assurer de la parution d'un article sur son activité dans la presse écrite, il lui a fallu proposer un article avec une photographie à un ou des contacts dans la presse. Son conseil : n'hésitez pas à relancer régulièrement. Chantal a souligné l'absence de certaines informations, en effet, les articles de presse étant soumis au risque d'être raccourcis, il ne faut pas hésiter à résumer toutes les informations nécessaires dans les premières lignes de l'article.

Réflexion collective sur les cartes de visite

Nous avons préalablement discuté de la particularité du secteur de la Santé et du Bien-Être en terme de communication. En effet la communication en direction des médecins ou professionnel-les de la santé et des client-e-s ne doit pas être tout à fait la même. Notamment, lorsqu'il s'agit de communiquer auprès des premiers, les diplômes doivent être mis en avant. Les participantes ont débattu de la difficulté de faire en sorte qu'un-e médecin les recommande ? Comment « percer » dans le milieu médical ? Une des participantes nous a transmis une bonne pratique : afin de garantir un bon contact avec les médecins prescripteur-e-s et à chaque recommandation qui lui a permis d'accueillir un-e client-e, elle envoie une lettre de remerciement au prescripteur-e.

Le contenu recto d'une carte de visite :

Prénom et Nom

Nom de la structure

Coordonnées : téléphone fax, email professionnel, adresse, site internet

Localisation (plan d'accès au local)

Charte graphique : logo, phrase, slogan

Les contenus possibles du verso d'une carte de visite :

Afin que la carte de visite soit gardée par les personnes à qui vous les donnerez, nous avons réfléchi à ce qu'il serait judicieux de mettre au verso pour donner une « plus value » à la carte.

- Un cadre pour la prise de rendez-vous
- Une carte de fidélité
- Un calendrier
- Des numéros d'urgence
- L'explication d'une technique de relaxation, ou de soin, ou de maquillage
- Une illustration humoristique



Les formes possibles d'une carte de visite :

- Classiques : rectangle, carré
- En forme de marque-page
- Comme autocollant
- Aimantée
- Parfumée
- Contenant un échantillon de produit
- Version smartphone

Les usages d'une carte de visite :

- Aux client-e-s : en les accrochant aux sacs, au papier-cadeau
- Aux prescripteur-e-s : professionnel-les de la santé, aux magasins bio, aux espaces de loisirs, aux ami-e-s, aux commerces, dans les laveries. Il a notamment été discuté de l'idée d'inviter les commerçant-e-s à profiter d'une prestation offerte pour une occasion festive (avec ou sans l'échange d'un autre cadeau).

PROCHAINE RÉUNION

Le lundi 17 juin

13:30 à 16:30

à l'Espace des Diversités et de la Laïcité

INSCRIVEZ-VOUS EN LIGNE

