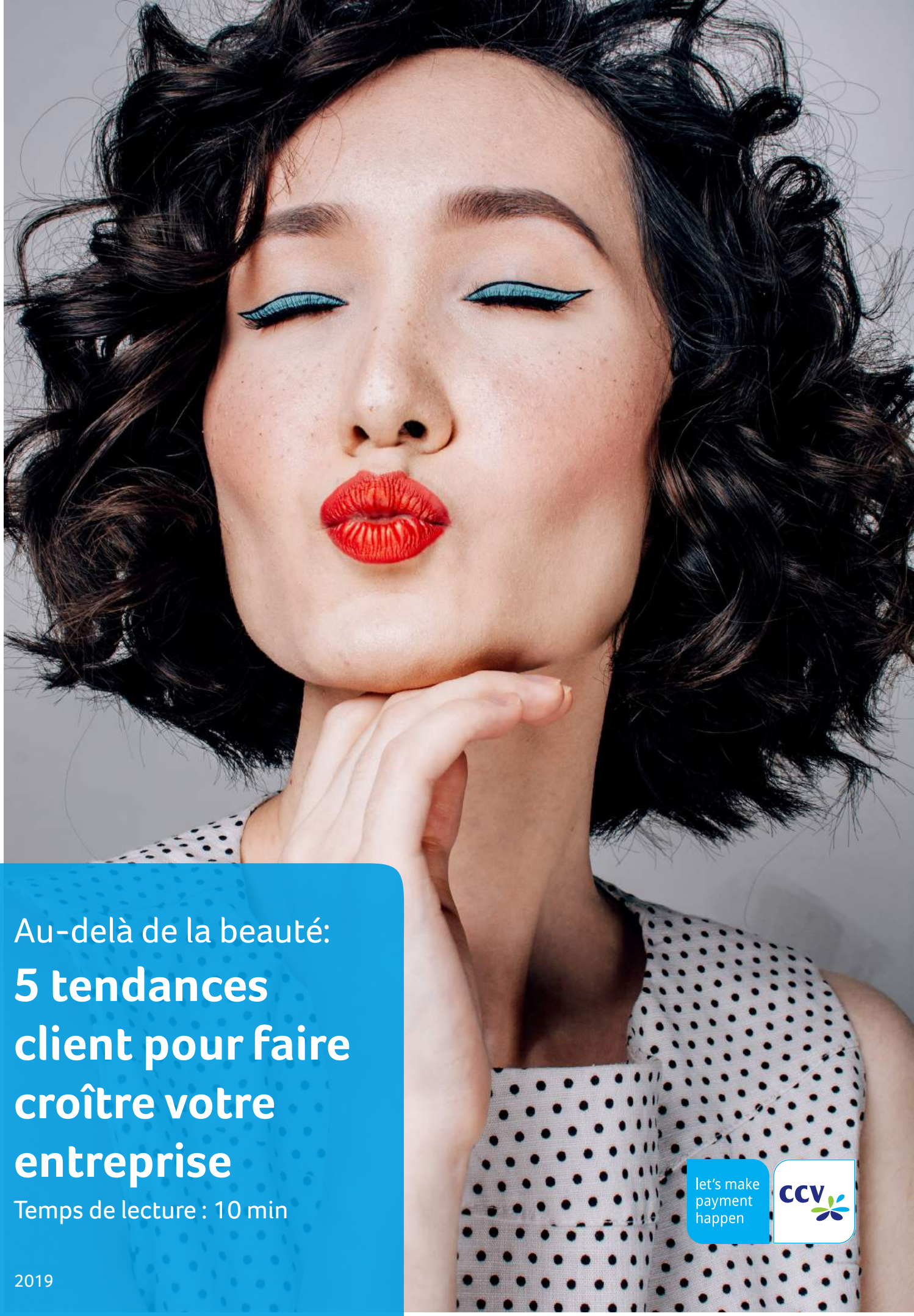


Au-delà de la beauté:

5 tendances client pour faire croître votre entreprise

Temps de lecture : 10 min

2019

let's make payment happen

ccv

A première étape pour dépasser les attentes de vos clients est de connaître ces attentes.

Pour Roy H. Williams, auteur à succès et consultant en marketing

L’expérience client (CX)

consiste à comprendre les besoins de vos clients et veut que vous vous intéressiez à eux à des moments charnières de leur parcours à l’aide de produits et services parfaits, mémorables.

Table des matières

03 Table des matières

04 Introduction

05 Tendance 1 : Excellence digitale

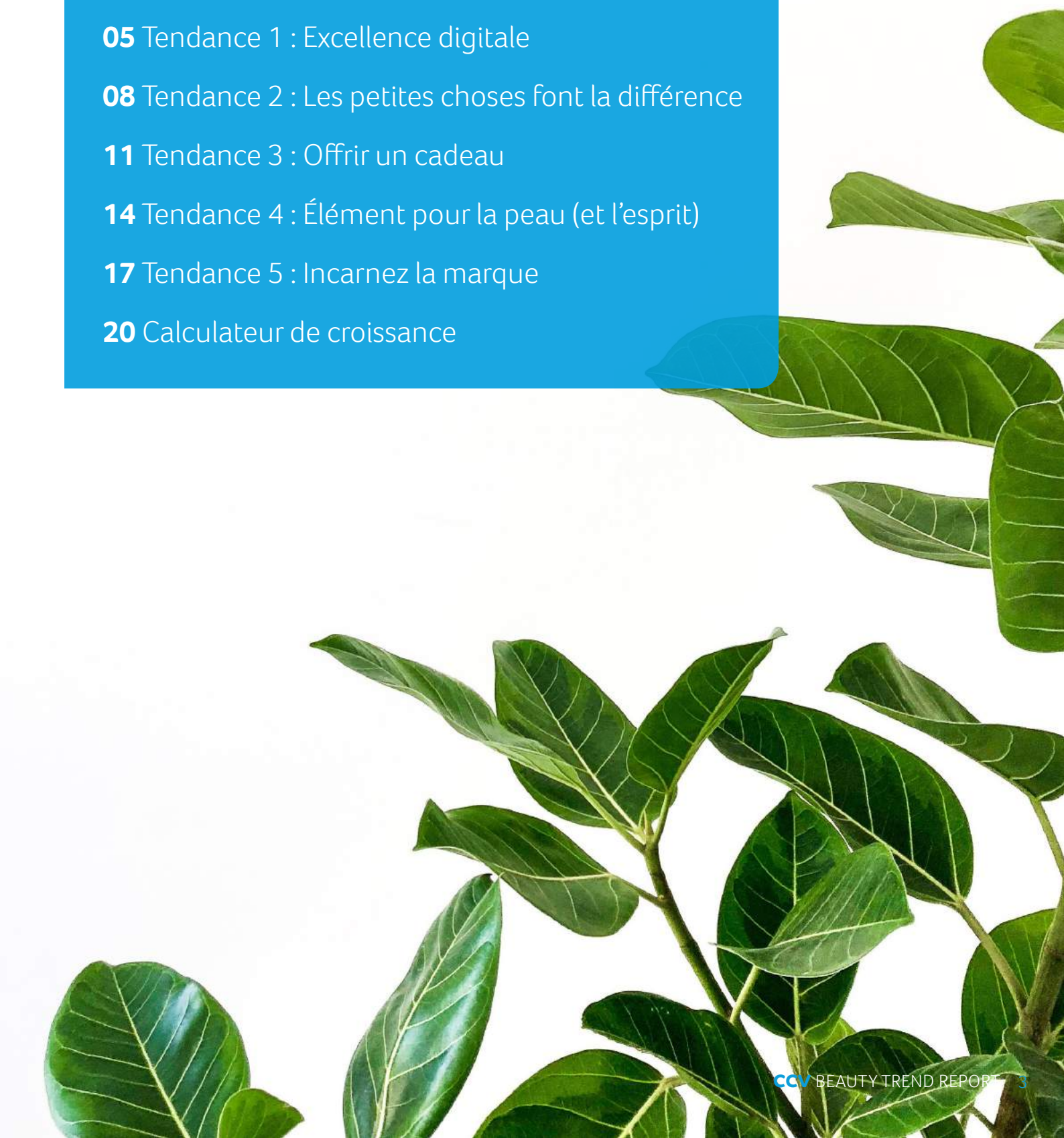
08 Tendance 2 : Les petites choses font la différence

11 Tendance 3 : Offrir un cadeau

14 Tendance 4 : Élément pour la peau (et l'esprit)

17 Tendance 5 : Incarnez la marque

20 Calculateur de croissance



Les tendances qui façonnent le visage de la beauté

Les tendances beauté changent aussi vite qu'un battement de cils.

Charbon actif pour retrouver une peau éclatante, ongles au vernis en poudre, bakuchiol, boucles de couleur lilas... Quelle que soit votre taille, la création d'expériences client (CX) hors pairs est la clé qui vous permettra de gagner des clients et de les conserver.

Découvrez les cinq principales tendances en CX qui rapprocheront les clients de votre entreprise et l'aideront à croître.

Tendance 1

Excellence digitale

Le digital est une mégatendance. Pourquoi ? Car c'est là que vos clients se trouvent – durant près de 6 heures par jour pour les Millennials et 8,5 heures par jour pour les adolescents. Qu'il s'agisse de vos stories sur Instagram ou de votre site Web, les personnes verront votre marque en ligne avant même de franchir le pas de votre porte. Peu d'entre nous se rendent dans un salon sans avoir jeté rapidement un œil sur la page des services ou les avis Google.

Pour suivre cette tendance, mettez l'accent sur des images de grande qualité et un site Web optimisé pour le mobile. Nous connaissons tous l'importance de l'image dans cette industrie. Créez dès lors une présence en ligne qui incarne la manière dont vous voulez être perçu par vos clients. Voici comment faire :

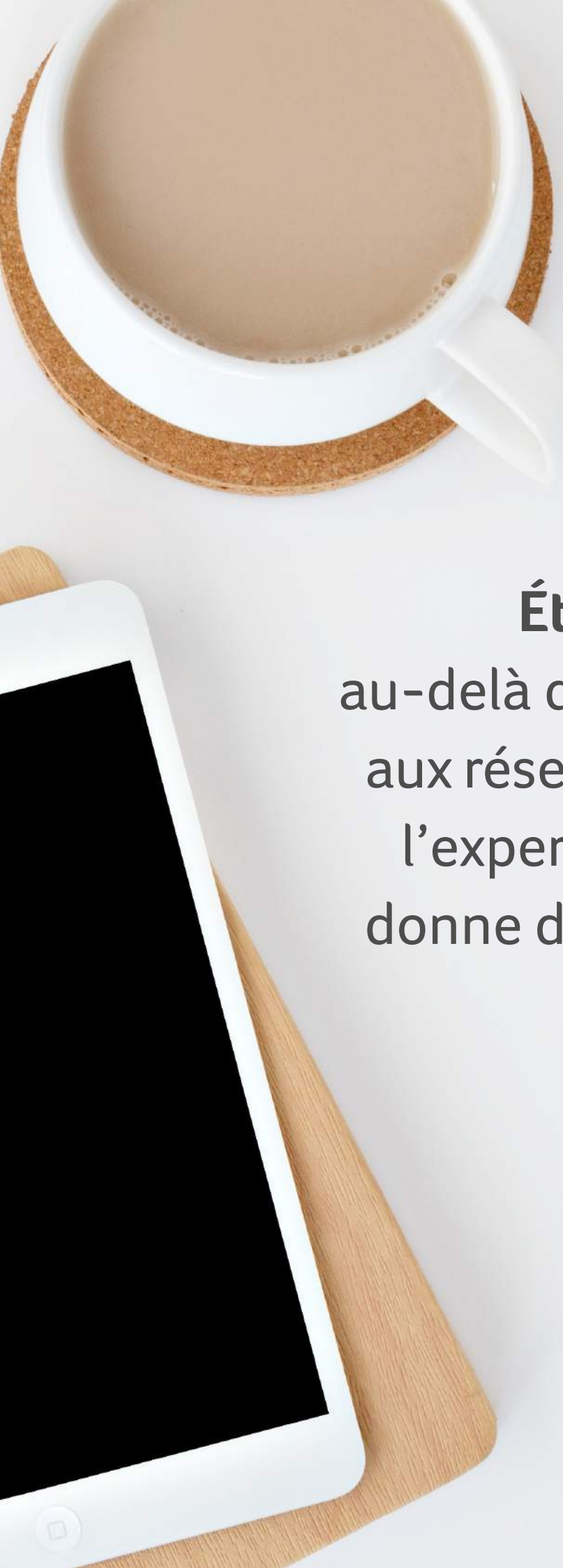
» Restez en contact par e-mails en envoyant des offres intéressantes, les derniers traitements en vogue et des conseils beauté.

» Faites de la réponse aux clients une priorité et soyez actif sur vos plateformes. Les clients s'attendent aujourd'hui à recevoir une réponse instantanée, envisagez donc de paramétrer des messages automatiques pour les demandes sur les poses Shellac envoyées via Facebook à minuit !

» Utilisez des paiements intuitifs, des transactions sans papier et un suivi automatique pour une approche moderne qui incitera les clients à revenir.

» Proposez des options supplémentaires en cas de réservation en ligne, afin que le client soit incité à réserver des soins additionnels.

Étendez vos services au-delà de votre salon grâce aux réseaux sociaux – soyez l'expert beauté amical qui donne des conseils intéressants à ses clients. Peut-être que l'annonce du dernier massage relaxant ou du soin visage à la bougie au soja suscitera un vif intérêt. Essayez alors une phrase du type « essayez cette nouvelle expérience détente avec nous ! »



Étendez vos services au-delà de votre salon grâce aux réseaux sociaux – soyez l'expert beauté amical qui donne des conseils intéressants à ses clients.

tendance 2

Les petites choses font la différence

Cette tendance permet de montrer à vos clients que vous tenez à eux. Tout le monde propose aujourd'hui une tasse de café, mais que diriez-vous d'un verre de bulles ou de kombucha fraise-basilic ? Ce sont les petites attentions et détails qui permettent de créer une CX inoubliable.

Quels sens éveillez-vous lorsqu'un client entre dans votre salon ? Le parfum du diffuseur à la lavande est-il apaisant ? La délicate liste de chansons folk lui permet-elle d'oublier sa journée stressante ? Ces petites différences feront que les personnes parleront de votre marque en ligne et hors ligne.

Inspirez-vous des spas et coiffeurs tendance et/ou de luxe et du monde entier. Jetez un œil sur leur présence en ligne pour découvrir les expériences qu'ils offrent et les réactions laissées par les clients sous forme de commentaire. Créez un tableau d'inspiration et impliquez votre personnel en lui demandant d'apporter des suggestions.

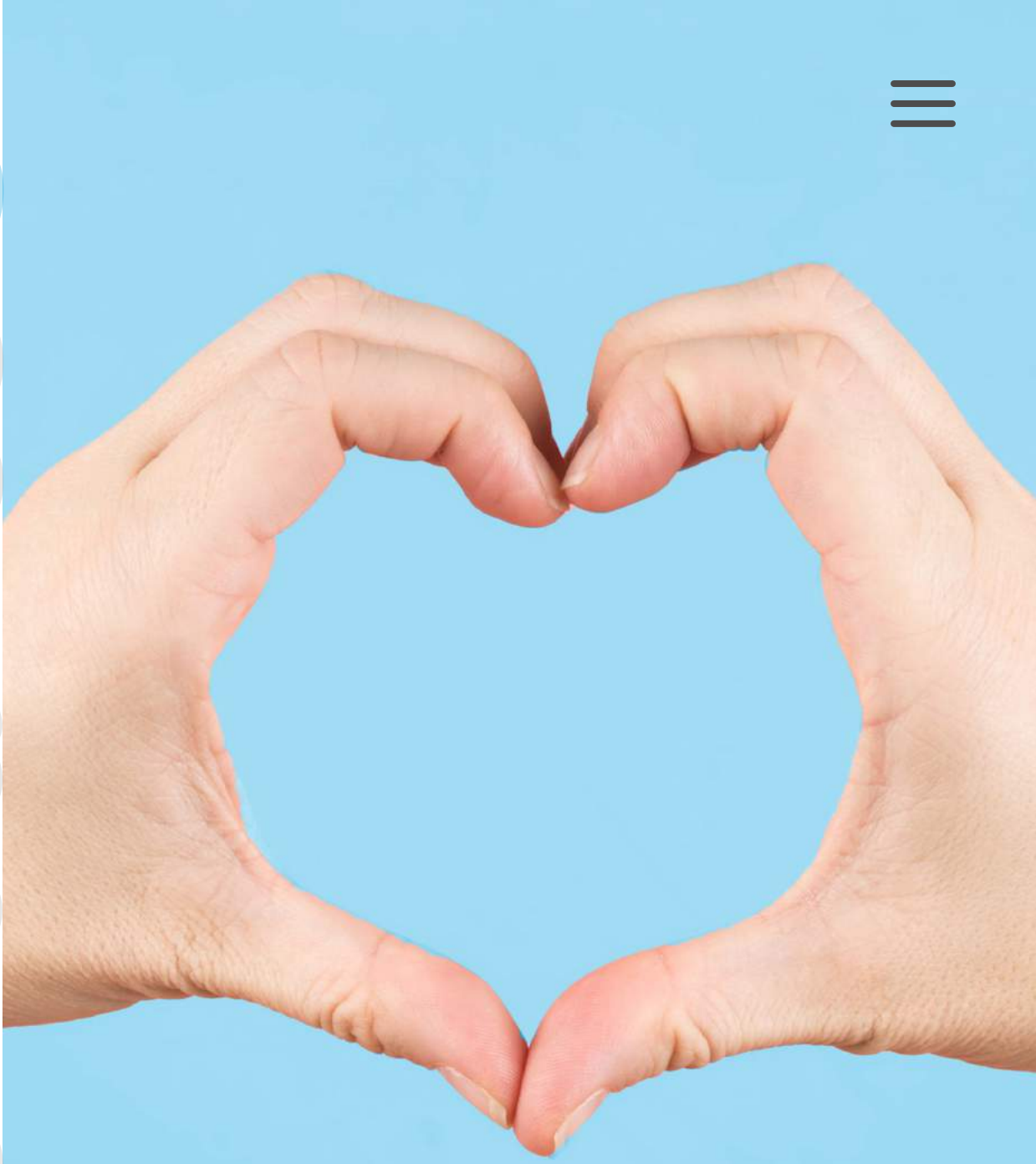
L'exclusivité est essentielle. Trouvez des citations « cultes » uniques vous permettront d'attirer l'attention en ligne. On vous remarquera vite si vous devenez le salon par excellence pour cheveux bouclés grâce à vos services et produits personnalisés.

Un salon qui propose des soins visage, services d'onglerie et de bronzage n'a rien de révolutionnaire. Comment adapter votre offre de soins aux routines de vos clients ? Un salon qui le fait lors d'un cocktail dinatoire, rythmé par le son relaxant d'un violoncelliste live, est un signe que vous vous engagez à ravir vos clients.

En créant un service inédit, vous vous démarquerez de la concurrence et vos clients n'hésiterons pas à faire une nouvelle réservation chez vous.

Ce sont les petites choses qui permettent de créer une CX inoubliable.

tendance 3



Offrir un cadeau

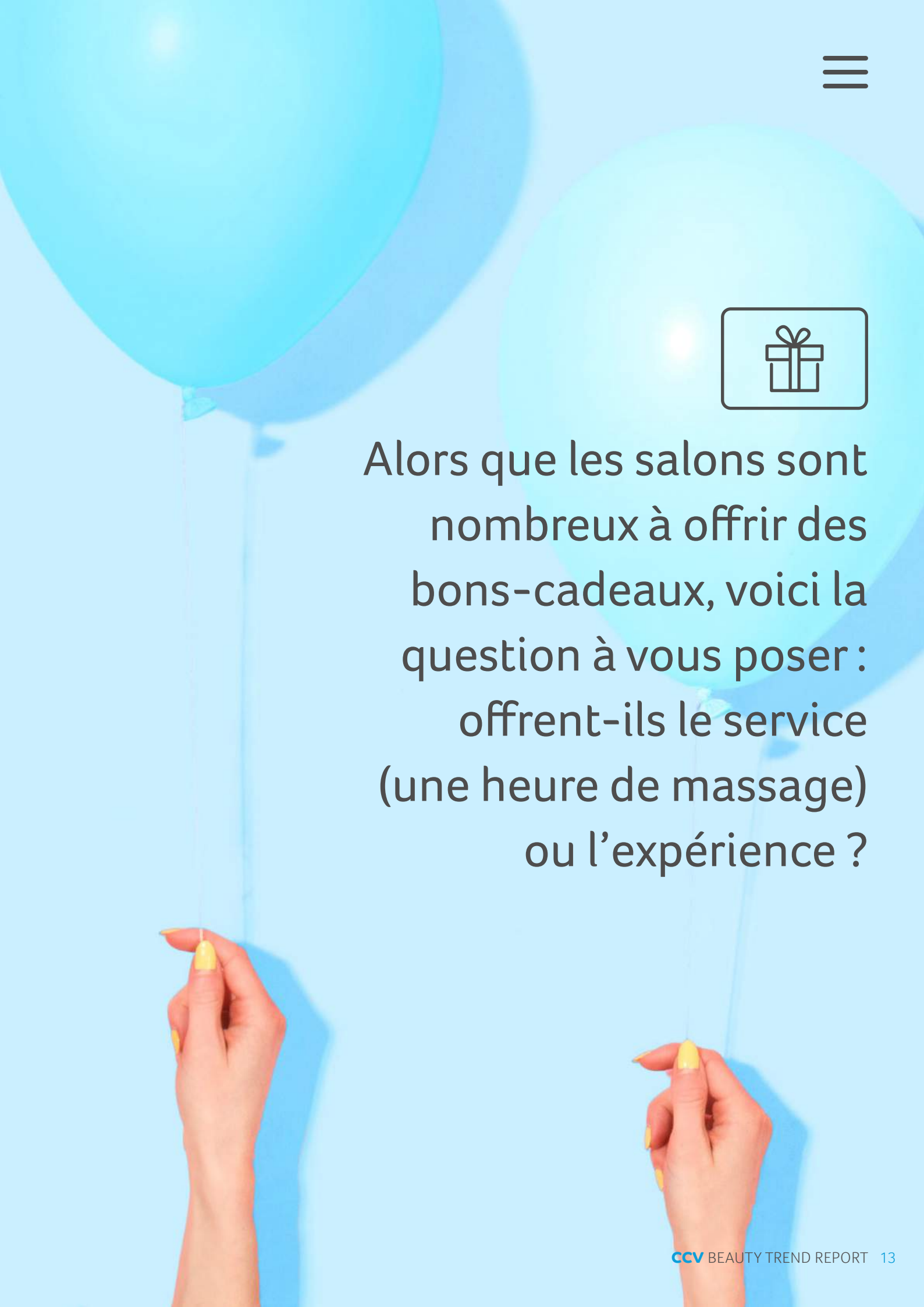
Qu'il s'agisse d'un geste couronnant la fin d'un mégaprojet ou récompensant une amitié fidèle, le fait d'offrir un cadeau est une tendance majeure, qui permet d'agrémenter la journée d'une personne tout en transformant votre entreprise.

Mais tous les salons et spas ne profitent pas de cette tendance, étant donné qu'ils continuent de considérer leur entreprise comme une liste de services. Alors que les salons sont nombreux à offrir des bons-cadeaux, voici la question à vous poser : offrent-ils le service (une heure de massage) ou l'expérience (une expérience au sel rose harmonisant) ?

Parcourez sans plus tarder la liste de vos services et réfléchissez à la manière d'apporter une valeur de cadeau à votre offre. Combinez des services ou incluez des produits à emporter à la maison dans votre offre exclusive. Jouez la carte des bulles et petits fours pour créer un package parfait. Organisez une semaine cadeau « dorlotez-moi » qui concorde avec le salaire de fin du mois.

Les boîtes d'abonnement ont envahi le monde de la beauté. De grandes marques de beauté en ligne, comme Birchbox, envoient des boîtes par milliers, mais vous avez une chose qu'elles n'ont pas : une approche résolument personnalisée. Vous connaissez les préférences de vos clients et le temps dont ils disposent le matin pour se préparer. Votre coiffeur connaît vos cheveux mieux que n'importe quel quiz en ligne, donc pourquoi ne pas proposer un abonnement à des marchandises surprises qui seront livrées sur le pas de la porte ?

Songez également à la tendance de l'expérience en groupe – des jours de soins maman-fille, des packages pour couples et des manucures entre copines. Créez des packages magiques pour les amitiés ou des rendez-vous romantiques afin que vos clients puissent vivre l'expérience de votre salon ensemble !



Alors que les salons sont nombreux à offrir des bons-cadeaux, voici la question à vous poser : offrent-ils le service (une heure de massage) ou l'expérience ?

tendance 4

Élément pour la peau (et l'esprit)

La beauté et le bien-être sont une tendance majeure qui ne cesse de croître, les Millennials étant à la recherche d'autre chose que la beauté de leur peau. C'est une transition captivante que vivent à présent les univers de la beauté et du bien-être, vu que les consommateurs font maintenant d'un style de vie sain leur priorité et sont prêts à dépenser pour lui.

Vos clients ne sont pas seulement à la recherche d'une finition mate impeccable de leur peau. Ils veulent savoir si les produits de votre salon sont naturels et les ingrédients de leur look du soir durables et non testés sur des animaux. C'est un défi qui inspire l'innovation et recèle un potentiel considérable pour les entreprises de beauté, qui peuvent miser sur tous ces plans afin que leurs clients puissent se retrouver pleinement dans leur marque.

Comment votre entreprise peut-elle incarner cette tendance ? La collaboration avec des experts locaux en bien-être, comme des nutritionnistes ou influenceurs wellness, augmentera votre visibilité. Créez un événement bien-être exclusif et invitez vos clients. Faites la démonstration de rituels bien-être et montrez comment de petits ajouts aux routines beauté de vos clients peuvent améliorer leur humeur et bien plus encore.
Trouvez des produits artisanaux locaux ou lancez une collaboration pour créer votre propre gamme de produits de beauté. Invitez les artisans ainsi que vos clients à une soirée privée. Impliquez d'autres entreprises locales: boutiques, fleuristes, bijoutiers, salles de gym et restaurants gastronomiques. Créer des collaborations de ce genre aujourd'hui peut porter ses fruits dans la création future de packages inoubliables pour vos clients.

Les Millennials considèrent les snacks comme le meilleur moyen d'améliorer l'expérience au spa – servez dès lors des thés aux herbes, matcha lattes, de l'eau infusée aux fruits et des gourmandises véganes. Présentez un bol de fruits inhabituels, digne d'une publication sur Instagram.

Remplacez les tasses en papier par de la vraie vaisselle, le mouvement zéro déchet ayant fait son entrée dans les secteurs des services. Aussi, revenez à des produits de la vieille école, comme l'hamamélis, ou proposez des expériences curatives, comme des plans d'amélioration du sommeil.

Vos clients veulent savoir si les produits de votre salon sont bios et si les ingrédients de leur look du soir sont durables et non testés sur des animaux.

Tendance 5

Incarnez la marque

La tendance 5 est facile à trouver. C'est VOUS !

Déployez votre personnalité et soyez le propre, et le meilleur, ambassadeur de votre marque – publiez des vidéos ou images avant/après sur Instagram. Créez des opportunités pour que les clients contribuent à la promotion de votre entreprise, comme en proposant d'identifier leur prochaine publication sur Instagram, et veillez à les suivre et partager.

Mesurez votre réussite en suivant le niveau de nouvelles réservations en ligne, les visites de votre site Web et les codes promotionnels introduits à mesure que vous construisez votre présence sur les réseaux sociaux.

Instagram est la nouvelle vitrine de votre salon – ce n'est plus un simple canal marketing, mais un canal de vente crucial vu que de nouveaux flux de revenus prennent naissance sur les réseaux sociaux. Les entreprises de beauté qui excellent sur Instagram alimentent leur communauté en contenu qui ravit et apporte une véritable valeur. Créez dans votre salon des moments que vos clients voudront photographier et partager.

Mettez à disposition des accessoires pour des magnifiques photos produits et alimentez vos stories Instagram de contenu exclusifs – #BTS (Behind The Scenes). Ensuite, veillez à utiliser de manière consistante vos nom d'utilisateur et hashtag et jetez un œil du côté des rois du packaging comme « Glossier » et « Ouai Haircare » pour vous inspirer, comme les emballages à bulles roses.

Sachez que vos clients sont las de voir du contenu #sponsorisé et les mentions de marque apparaître dans leur feed. D'un autre côté, des influenceurs nano possèdent une base de followers plus petite, mais souvent très locale. Collaborez dès lors avec eux pour augmenter votre portefeuille de clients.

Recherchez toujours les influenceurs qui présentent un lien véritable avec la mission de votre salon et disposent d'une expertise véritable. Permettez-leur de prendre le contrôle de votre feed lors de Q&A (Questions & Answers) et filmer en live pendant des traitements. Organisez des événements pour présenter de nouveaux traitements et permettez aux clients de rencontrer leur influenceur local préféré.

Les entreprises de beauté qui excellent sur Instagram alimentent leur communauté en contenu qui ravit et apporte une véritable valeur.

Calculateur de croissance

Jouissant d'une vaste expérience dans le secteur de la beauté et du bien-être, nous concrétisons les paiements pour les entrepreneurs indépendants et grandes sociétés dans toute l'Europe. Aimeriez-vous obtenir des conseils clés sur la manière de faire croître votre entreprise de beauté ?

FAITES LE TESTE !

Essayez notre calculateur en ligne gratuit pour découvrir les plus belles opportunités de croissance.

Pour en savoir plus sur nos solutions de paiement et e-commerce, téléphonez-nous au 0800 22 789, ou envoyez vos questions par e-mail à l'adresse : sales@be.ccv.eu

let's make
payment
happen
ccv