



l'Atelier.

**PILOTER SON SALON
DE COIFFURE : GUIDE
2024**



Être expert(e) en coiffure et passionné(e) ne fait pas obligatoirement de vous un bon gestionnaire de salon !

A QUOI SERT CE GUIDE ?

La gestion d'un salon de coiffure en 2023 peut être extrêmement difficile, surtout dans un marché où la concurrence est féroce. Les propriétaires de salons doivent non seulement s'occuper des opérations quotidiennes, mais aussi développer des stratégies de marketing efficaces pour attirer de nouveaux clients sans compter la gestion du personnel et des stocks.

Dans ce guide complet de 2023, nous vous fournirons des conseils pratiques et des stratégies de gestion éprouvées pour vous aider à réussir dans ce marché concurrentiel. Comme nous le faisons avec nos 150 salons adhérents en France, nous mettrons un point d'honneur sur le développement de votre rentabilité, car c'est ce qui fera que vous soyez toujours là dans 5 ans !

l'Atelier.

Notre mission

Développer la rentabilité des
Entrepreneurs de la coiffure

SOMMAIRE

- Personnaliser l'expérience de votre client en salon
- Améliorer la qualité des services fournis
- Visibilité financière de votre salon de coiffure : maîtriser sa rentabilité
- Développer son Chiffre d'Affaires
- Elaborer une stratégie marketing publicitaire
- Investir et fidéliser efficacement ses collaborateurs
- Optimiser son organisation

PERSONNALISER L'EXPERIENCE DE VOTRE CLIENT EN SALON

La Première impression

Vous le savez probablement très bien, nous n'avons qu'**une seule chance de faire une bonne première impression**. Et bien pour votre salon, c'est pareil !

Vous ne devez **rien laisser au hasard** et réfléchir à toute l'expérience d'un nouveau client (et les réguliers aussi d'ailleurs) à partir du moment où il pousse la porte de votre établissement.

Créer un environnement accueillant

L'**accueil dans votre salon** se doit au minimum d'être toujours chaleureuse, personnalisée et dynamique.

Le **Parcours client**, c'est-à-dire toute l'expérience que vous proposez à votre client dans votre salon, est l'élément qui vous différenciera de vos concurrents.

- **Personnaliser l'accueil au maximum.**

Faites sentir à votre client qu'il **est attendu !** Appelez le par son nom ou prénom par exemple. C'est le genre de détails qui procure **une expérience agréable** car on se sent considéré et **pas uniquement un simple client supplémentaire !**

- **Procurez à votre client une émotion positive**

À chaque étape du **parcours de votre client**, mettez une priorité sur le fait qu'il doive à tout prix passer **un moment de détente !**

Il faut éviter toutes frustrations qui peuvent survenir lors de ces étapes. Vous pouvez par exemple lui donner des précisions sur son temps d'attente entre les différentes étapes. **On aime savoir exactement à quoi s'attendre.** Cela nous permet de mieux patienter.



Vous pouvez également avoir l'idée de lui proposer **des produits ou des services complémentaires** pour faciliter cette attente et donc atténuer la frustration.

- **Restez toujours en contact avec le client**

C'est notre meilleur conseil sur ce point, **ne faites jamais sentir au client que vous l'avez oublié !** Gardez un contact visuel, des sourires, une discussion... Bref, ne lui laissez pas l'occasion de se dire que vous ne l'intéressez pas !

☾ **Offrir une expérience client exceptionnelle**

- **Le diagnostic, le moment privilégié.**

Cette phase de discussion permet au coiffeur de mieux comprendre les besoins, les attentes et les préférences de son client, ainsi que d'évaluer l'état et la nature de ses cheveux.

Pour ce faire, avant la prestation, le coiffeur s'assoit en face de son client afin d'**entrer dans sa "bulle" et d'établir une connexion plus intime et personnalisée.** Cette approche favorise une communication ouverte et sincère, permettant au client de se sentir écouté et compris.

Le coiffeur pose des questions pertinentes sur les habitudes capillaires du client, ses éventuelles préoccupations et ses objectifs en termes de style et de soin.

la réalisation d'un diagnostic approfondi et la discussion qui en découle sont essentielles pour instaurer une relation de confiance entre le coiffeur et son client, et pour garantir une expérience client mémorable !

"il est important de se mettre au même niveau que le client lors du diagnostic"

l'Atelier.



AMÉLIORER LA QUALITÉ DES SERVICES FOURNIS

○ Avoir un Espace confortable

Vous le savez très probablement, mais l'un des moments les plus agréables pour vos clients est **le moment du shampoing**.

Pendant ce moment qui dure quelques minutes, se crée une véritable connexion entre le coiffeur et le client. Il est donc primordial de tout mettre en œuvre pour que ce moment soit le plus parfait possible !

Installez des infrastructures qui favorisent **la qualité de l'expérience**, avec par exemple des bacs massants.

- **Proposer des services spécifiques**

Chacun a des préférences dans son expérience chez le coiffeur, les goûts et les couleurs comme on dit !

Alors n'hésitez pas à utiliser **une multitude de services et éléments spécifiques** pour vos clients en passant par exemple par des serviettes chaudes pour le visage ou encore la proposition de massages relaxants...

Plus vous aurez de **petites particularités** comme celle-ci et plus la qualité générale de votre salon sera mise en valeur !

- **Ne négligez surtout pas la propreté**

Les clients ont des yeux de lynx et n'hésiteront pas à vous faire remarquer (à vous mais aussi à leurs amis) **si ils décèlent un élément qui semble négligé**. Et ce même pour les toutes petites choses comme un ciseau mal rincé ou un seul cheveu qui traîne dans un bac !

Il existe des systèmes qui permettent d'éviter au maximum ce genre de mauvaise surprise. Par exemple en instaurant **une charte de qualité** pour vos employés et vous-même !

○ Un Personnel formé et professionnel

La réussite de votre salon repose en grande partie sur **la compétence et l'expertise de votre équipe**.

- **La formation continue**

Il est crucial de suivre régulièrement des formations pour se tenir à jour sur les dernières techniques, tendances et produits disponibles. **La formation continue** permet d'améliorer constamment leurs compétences et de se démarquer auprès de vos clients.

- **L'échange et l'enrichissement mutuel**

La formation ne doit pas seulement être perçue comme un moyen d'acquérir de nouvelles compétences, mais aussi comme **une occasion de partager des connaissances et des expériences avec d'autres participants.**

Cela permet à vos coiffeurs de **se nourrir des idées et des pratiques des autres**, et d'ainsi élargir leur palette de **compétences**. Ce qui aura un impact sur la perception du client concernant la qualité de votre salon !

- **Plus efficace, plus rentable pour vous !**

Un personnel bien formé et professionnel est plus **efficace dans l'exécution** de ses tâches !

Cette amélioration de la vitesse se traduit par une **meilleure rentabilité** pour le salon, puisqu'un service plus rapide permet de servir davantage de clients dans le même laps de temps.

De plus, **la satisfaction client** est accrue, ce qui peut engendrer un bouche-à-oreille positif et fidéliser la clientèle. Que du positif n'est-ce pas ?

- **Assurance, légitimité et créativité !**

Un personnel formé et compétent est non seulement plus **sûr de lui** dans l'exercice de ses fonctions, mais il est également perçu comme **plus légitime par les clients.**

En effet, les clients sont plus enclins à faire **confiance** à des coiffeurs qui possèdent des qualifications et des compétences reconnues.

De plus, les formations permettent aux coiffeurs **d'explorer de nouvelles techniques** et de développer leur créativité, ce qui se traduit par des services innovants et personnalisés, répondant aux attentes des clients les plus exigeants.

Services additionnels pour aller plus loin

On vous le rappelle, la qualité d'un salon se joue dans les détails. **Et tout ce que vous pouvez proposer en plus à vos clients pourra être bénéfique pour votre image de qualité !** Alors si vous en avez la possibilité, n'hésitez pas à **répondre à des besoins complémentaires de vos clients** en proposant des massages profonds, des massages spécifiques, du relooking, des patines ou des services de barber par exemple...

VISIBILITÉ FINANCIERE DE VOTRE SALON DE COIFFURE : MAITRISER SA RENTABILITÉ

Évaluez vos dépenses actuelles sur les produits et services que vous fournissez

Dans votre salon, il y a **3 types de dépenses**. Vous devez identifier et catégoriser chacune de vos dépenses dans ces 3 types.

- **Dépenses fixes**

Il n'y a pas de grande marge de manœuvre sur ces dépenses, elles représentent l'électricité, le loyer, les assurances, banques etc...

- **Dépenses variables**

Celles-ci sont très intéressantes car vous avez une véritable action possible dessus. On vous propose de vous donner des exemples avec les ordres de grandeurs que nous conseillons à nos clients :

- **Achat des produits techniques**

Représente environ 7% du Chiffre d'Affaires des Services

- **Achat des produits destinés à la vente**

Doit être à 50% du CA de ventes

- **Petits matériels**

Représente 1% du CA du salon

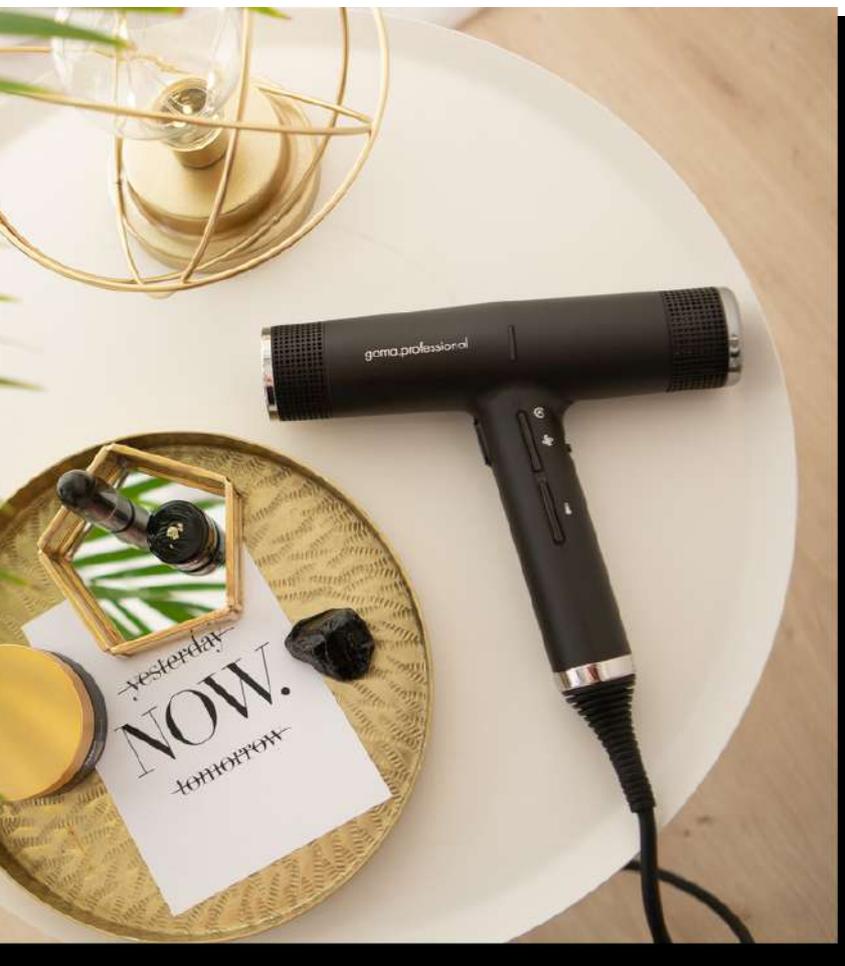
- **Dépenses Marketing**

Nous conseillons de dépensé 2% du CA dans ce levier qui vous permet d'attirer plus de clients

- **Formation**

- **Masse Salariale**

Vos collaborateurs sont un type de dépense extrêmement important et selon notre expérience, elle ne doit pas dépasser les 50% de votre Chiffre d'Affaires Service.



l'Atelier.

○ Suivi des dépenses Variables : Comment faire ?

- **Produits techniques**

Suivez ce que l'on appelle **votre stock "poubelle"** de manière mensuelle.

Ils représentent la consommation de tous les produits techniques nécessaires pour la prestation envers vos clients. Très concrètement cela sera la quantité de couleur que vous utilisez, les millilitres de shampooings que vous écoutez ou encore l'oxydant utilisé ! **Vous devez être capable d'établir précisément** ces quantités consommées qui représentent votre **stock poubelles**.

"Il est presque plus intéressant pour vous de savoir avant tout bien gérer votre propre consommation de produits plutôt que perdre du temps à négocier au centime près avec vos fournisseurs !"

- **Produits de ventes**

On ne va pas entrer dans la précision de tous les produits que vous achetez et qui sont destinés à la vente. Néanmoins, sachez que **le coefficient idéal** de vente pour les produits en salon de coiffure est de 2.

Et n'oubliez pas d'ajouter la **TVA** au Prix final ! Trop de salons font l'erreur et se retrouvent avec une marge bien trop faible pour être rentable...

- **Autres dépenses variables**

C'est très simple. Fixez un budget !

Faites **des prévisions** pour l'année en fonction de celle qui vient de se découler pour chaque dépense. Puis fixez vous une bonne fois pour toute un budget par dépense et toute l'année mettez en place un suivi organisé des factures.

l'Atelier.

☾ Faire ses Tarifs au bon prix : La Charte Tarifaire

Établir **une charte tarifaire** adéquate est **un enjeu essentiel** pour tout salon de coiffure souhaitant assurer **sa rentabilité et sa pérennité**. Bien que cet exercice puisse s'avérer difficile, **il est primordial de prendre en compte certains éléments clés** pour fixer des tarifs justes et compétitifs.

→ • Connaître son coût à la minute

Tout d'abord, il est important de **connaître son coût à la minute**, c'est-à-dire l'ensemble des dépenses liées au fonctionnement du salon de coiffure, divisées par le temps de travail cumulé de tous les collaborateurs. Cette information permet de **déterminer le seuil de rentabilité et d'assurer une gestion saine des finances**.

→ • Analyser le temps passé par service.

Ensuite, il convient d'analyser le temps passé par service, car comme le dit l'adage, "**le temps, c'est de l'argent**". Une bonne gestion du temps permet d'optimiser **la productivité et d'améliorer la rentabilité du salon**.

→ • Coût du produit utilisé

Enfin, il est crucial de prendre en compte **le coût des produits utilisés** pour chaque prestation, afin de les répercuter de manière équilibrée sur les tarifs proposés. En considérant ces éléments, un salon de coiffure pourra établir **une charte tarifaire adaptée** à sa réalité économique, tout en assurant une offre de services attractive et de qualité pour sa clientèle.

Vous vous sentez un peu perdu ?
C'est normal, mais nous sommes là pour
vous !

GÉRER VOTRE BUDGET ET VOTRE RENTABILITE C'EST NOTRE VOCATION !



l'Atelier.

100%

Des **150 adhérents** ont développé leur **rentabilité**

42€/H

C'est la **productivité** horaire moyenne des adhérents.

La moyenne nationale est de 29€/h

11%

D'évolution moyenne du **chiffre d'affaires**

Nous accompagnons les dirigeants des salons de coiffure pour que ces derniers aient une gestion **rentable** et puissent **vivre convenablement** de leur activité !

Nous déterminons votre potentiel de rentabilité **Gratuitement**

[Audit Offert](#)

GÉRER VOTRE BUDGET ET VOTRE RENTABILITE C'EST NOTRE VOCATION !



l'Atelier.

100%

Des **150 adhérents** ont développé leur rentabilité

42€/H

C'est la **productivité** horaire moyenne des adhérents.

La moyenne nationale est de 29€/h

11%

D'évolution moyenne du **chiffre d'affaires**

Nous accompagnons les dirigeants des salons de coiffure pour que ces derniers aient une gestion **rentable** et puissent **vivre convenablement** de leur activité !

Nous avons des **Experts Business Salon** à votre disposition !

Réservez votre échange
GRATUIT

DÉVELOPPER SON CHIFFRE D'AFFAIRES

Avant toute chose, vous devez avoir la capacité d'extraire et d'analyser vos chiffres. Cela passera très probablement par **une informatisation** de votre salon de coiffure alors assurez-vous que ce soit le cas ou réfléchissez à l'implanter rapidement dans votre salon !

● Première étape; comprendre et analyser la construction du chiffre d'affaires de son salon dans le détail

- **Analysez le nombre de services vendus**

Vous pouvez par exemple **estimer le nombre de techniques femmes** que vos coiffeurs vendent par rapports au nombre de visites femmes. Selon notre expérience, ce ratio doit être de **55%**. Connaître ces genres de ratios dans votre salon vous donnera **une visibilité sans égale** et vous apprendrez probablement énormément de choses sur comment tourne réellement votre établissement.

- **Analyse de votre clientèle**

Étudiez **le poids de chaque catégorie** de clients dans votre salon de coiffure. En moyenne un salon équilibré en terme de genre en France est de **60% de clients femmes, 35% d'hommes et 5% de juniors**.

Vous pouvez également suivre **la fiche moyenne (aussi appelé Panier Moyen)** de votre clientèle. C'est-à-dire **la moyenne de CA générée par une visite** ! Et il est possible de pousser encore plus loin en analysant cette fiche moyenne en fonction de la catégorie de clientèle que vous avez. Pour vous donner un exemple concret, nous savons qu'en moyenne, la fiche moyenne d'une femme dans un salon de coiffure peut varier entre 40€ et 90€ par visite.

Connaissez-vous cette donnée pour votre salon ?

- **Analyse de la productivité Horaire**

Nous n'allons pas entrer dans le détail des calculs ici mais sachez qu'il est totalement possible de calculer **la productivité d'un salon de coiffure**. C'est d'ailleurs sur ce point que nous avons basé nos services



Deuxième Etape : Mettez en place les actions qui peuvent améliorer les leviers identifiés lors de votre analyse

- Exemple 1 : Développement des soins

Constat

l'analyse a révélé que le nombre de soins vendus ne représente que 50% des prestations techniques (mèches, couleurs, permanentes), alors que l'objectif atteignable serait de 100%.

Plan d'action

Pour pallier ce déséquilibre, des actions spécifiques peuvent être envisagées, telles que retravailler le discours de l'équipe envers les clients afin de mieux promouvoir les soins capillaires. Il est important de s'assurer que les coiffeurs comprennent les besoins et les attentes de la clientèle, et qu'ils soient capables de présenter les avantages des soins de manière claire et convaincante.

Une autre action possible serait de mettre en place un challenge au sein de l'équipe, en fixant des objectifs de vente de soins et en récompensant les coiffeurs qui atteignent ou dépassent ces objectifs. Cette approche stimule la motivation et l'esprit de compétition, tout en encourageant l'équipe à se concentrer sur l'amélioration de la vente des soins.

Enfin, il est essentiel de comprendre l'intérêt du client et d'adapter l'offre de soins en conséquence, en proposant des solutions personnalisées qui répondent aux besoins spécifiques de chaque client. En mettant en œuvre ces actions, le salon de coiffure pourra augmenter la part des soins vendus et ainsi optimiser ses performances et sa rentabilité.



- Exemple 2 : Optimisation de l'Agenda

Constat

Vous avez remarqué lors de l'analyse de votre productivité horaire du salon que cette dernière était bien trop basse et que cela impactait la rentabilité de votre salon.

Plan d'action

Il est essentiel de mieux gérer les timings des prestations en adaptant les temps bloqués dans l'agenda en fonction des besoins spécifiques de chaque client. Cette approche permet de réduire les temps d'attente inutiles et de mieux répartir les rendez-vous tout au long de la journée, assurant ainsi une utilisation optimale des ressources disponibles.

Ensuite, il est important d'organiser chaque matin le planning client afin d'optimiser les rendez-vous. Cela peut inclure la répartition des horaires en fonction de la disponibilité des coiffeurs, l'ajustement des timings pour éviter les retards ou les chevauchements, et la répartition des missions entre les juniors et les autres collègues. Cette organisation quotidienne permet de garantir un déroulement fluide des prestations et d'éviter les imprévus ou les tensions au sein de l'équipe.

En mettant en place ces actions d'optimisation de l'agenda, le salon de coiffure sera en mesure d'augmenter sa productivité horaire et d'améliorer la satisfaction des clients grâce à une meilleure gestion du temps et des ressources. Cette approche contribuera également à renforcer la cohésion de l'équipe et à favoriser un environnement de travail plus serein et organisé.



ELABORER UNE STRATEGIE MARKETING ET PUBLICITAIRE

○ Définissez vos cibles

Vouloir plaire à tout le monde en proposant un maximum de services et de produits **n'est pas une stratégie pérenne pour vous.**

En effet, vous allez **multiplier les actions de communications** pour atteindre tout ce monde sans hésitation et allez donc dépenser tout autant, par exemple dans des flyers ou les journaux. Sauf que quand vous regardez votre chiffre d'affaires vous voyez par exemple que 80% de celui-ci provient de votre clientèle femme qui a entre 25 et 35ans.

Dans ce cas là, ne sera-il pas plutôt plus intéressant de vous intéresser **aux endroits précis** où vous pourriez toucher ce segment de population étant donné que vous savez que ce dernier est le plus à même de venir dans votre salon ?

○ Choisissez vos canaux et utilisez le digital !

Nous venons de l'évoquer, se jeter à corps perdu dans **d'innombrables actions marketing** ne sera pas toujours synonyme de résultat, il sera en revanche toujours synonyme **de dépenses.**

Votre but est donc d'investir, en fonction de vos moyens, **vos ressources (temps et/ou argent)** dans **les canaux** les plus efficaces pour vous mais surtout qui sont les plus propices à être utilisés par vos cibles préalablement définies !

Quand on est un coiffeur familiale, on sait que **la réputation, l'actualité du salon et la proximité** qui en dégage sont des éléments essentiels. C'est probablement sur le réseau social **facebook** que vous aurez l'opportunité d'exposer au mieux ces éléments en plus de toucher les cibles les plus adéquates pour ce type de salon.

Alors qu'un barbier urbain par exemple aura plus intérêt à développer son image sur **Instagram** car c'est là que sa cible, plus jeune et plus axée sur l'esthétique, pourra potentiellement découvrir l'établissement !

Dans nos exemples nous avons pris les **canaux des réseaux sociaux** mais vous avez évidemment le choix avec d'autres canaux plus traditionnels. Néanmoins, l'avantage des canaux digitaux, quand on sait comment les utiliser, notamment avec les campagnes publicitaires digitales, **il extrêmement plus accessible de faire de la publicité rentable qu'avec les anciennes façons de communiquer.**

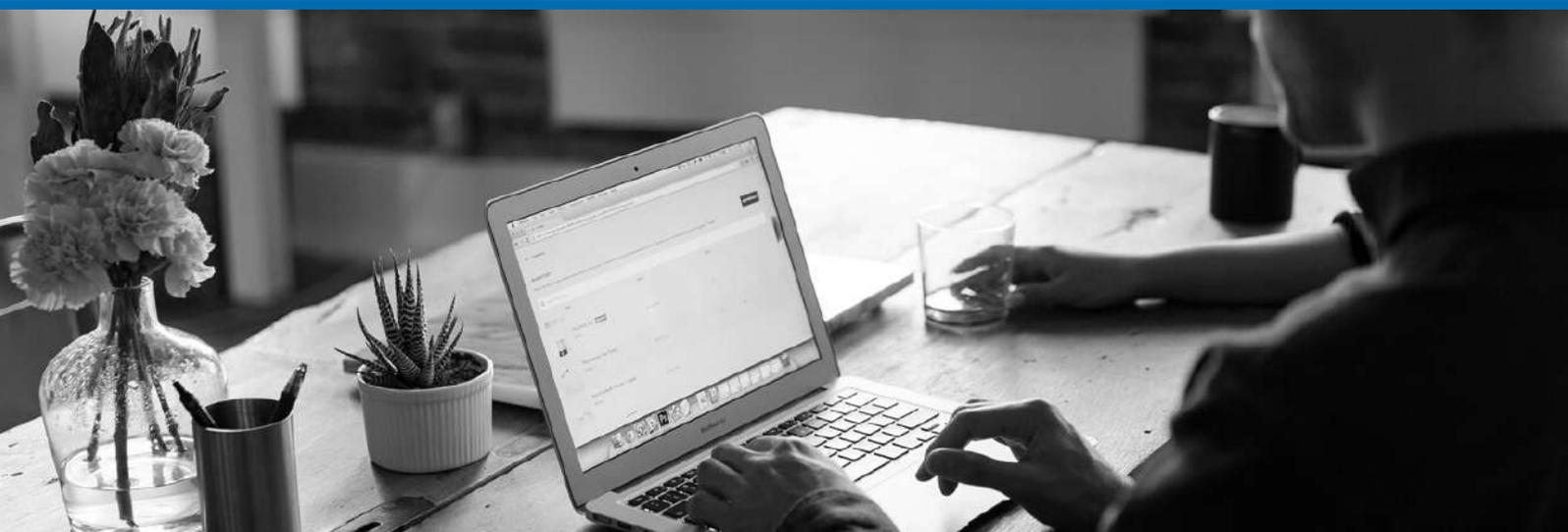
☾ N'oubliez pas la puissance de la réputation

On peut grossièrement résumer **la réputation** par le bouche à oreille, ce que l'on dit sur vous quand on sort de votre salon !

En 2023, ce n'est plus qu'au repas de famille ou à l'anniversaire d'un ami que l'on donne notre avis sur notre coiffeur préféré. Il faut aujourd'hui également prendre en compte que **les gens adorent donner leur avis publiquement** en ligne pour aider (ou pas) les futures personnes qui auraient l'idée de profiter du même service.

Vous devez donc avoir **une stratégie** pour d'une part favoriser au maximum la génération de nouveaux avis sur vos **pages google, sites webs et sites de critiques locales** mais également avoir un processus de réponse établi.

En effet il est primordial de **savoir répondre aux commentaires** et plus particulièrement aux commentaires négatifs ! Car ils sont déterminants dans la réputation de votre salon.



INVESTIR ET FIDELISER EFFICACEMENT SES COLLABORATEURS

Créer un système de rémunération et de primes motivantes.

Un aspect crucial pour **maintenir l'engagement et la motivation de l'équipe** d'un salon de coiffure est de mettre en place **un système de rémunération et de primes attractives**. Il est important de définir des objectifs personnels et collectifs atteignables, qui tiennent compte à la fois des **performances individuelles des coiffeurs** et du succès global du salon. En fixant des objectifs clairs et réalistes, les membres de l'équipe seront encouragés à donner le meilleur d'eux-mêmes et à travailler ensemble pour **atteindre ces objectifs**. L'atteinte de ces derniers pourra alors être récompensée par **des primes ou des avantages**, créant ainsi un environnement de travail stimulant et gratifiant. Ce système incitatif contribuera non seulement à **renforcer la cohésion de l'équipe**, mais aussi à **améliorer la qualité des services offerts** et, in fine, **la satisfaction de la clientèle**.



Mise en place de réunions pour optimiser la collaboration

- Réunions hebdomadaires.

Ces réunions, organisées dans un contexte léger (par exemple, autour d'un petit-déjeuner), permettent de **renforcer l'ambiance et la cohésion de l'équipe**. Elles sont l'occasion de débriefer la semaine passée, de faire un point sur les challenges en cours et de gérer les éventuels désaccords entre les membres de l'équipe.

l'Atelier.

- Réunions mensuelles

Plus formelles et axées sur les chiffres, ces réunions permettent d'**analyser les performances du salon et des équipes**, ainsi que d'étudier les **indicateurs clés**. Elles sont essentielles pour évaluer l'évolution du salon et pour ajuster les objectifs et les stratégies en conséquence.

- Réunion annuelle

Cette réunion, qui fait le **bilan de l'année écoulée** et prépare l'année à venir, permet de définir les objectifs pour **l'année N+1**, d'identifier les formations à suivre, les nouveaux services à proposer et les leviers à développer pour améliorer les performances du salon

En mettant en place ces différents types de réunions, le salon de coiffure favorise la communication et la collaboration entre les membres de l'équipe, tout en assurant un suivi régulier des performances et de l'évolution de l'activité.

Accompagner le collaborateur dans son développement

Afin d'accompagner efficacement le développement des personnes qui travaillent dans votre salon, plusieurs démarches vous seront essentielles.

- Bilan de compétences

Il s'agit d'évaluer les **points forts et les axes d'amélioration** de chaque collaborateur. Cette analyse permet également de discuter des souhaits d'évolution professionnelle du collaborateur et d'établir des objectifs clairs. Suite à ce bilan, un plan d'action et de formation personnalisé est élaboré pour aider le collaborateur à atteindre ses objectifs.

- Exemple du bilan de compétence

Prenons l'exemple d'un coiffeur qui excelle dans les coupes classiques, mais éprouve des difficultés avec les techniques de coloration. L'analyse de ses compétences révèle cette faiblesse, et le coiffeur exprime son souhait de se perfectionner dans ce domaine. Les objectifs définis pourraient inclure l'amélioration de ses compétences en coloration et la réalisation de formations spécifiques. Le plan d'action et de formation pourrait prévoir la participation à des ateliers ou des séminaires sur les techniques de coloration, ainsi que des sessions de mentorat avec un collègue expérimenté.

- Entretien individuel de suivi (milieu d'année)

Cet entretien permet de **faire le point sur les objectifs et les souhaits du collaborateur** évoqués lors du bilan de compétences. Il est l'occasion d'apporter aide et solutions pour accompagner le collaborateur dans son évolution professionnelle, en identifiant les **éventuelles difficultés** rencontrées et en proposant des **actions correctives**.

- Exemple entretien individuel de suivi

Reprenons l'exemple du coiffeur souhaitant améliorer ses compétences en coloration. Lors de l'entretien individuel de suivi, le responsable du salon évalue les progrès réalisés grâce aux formations et aux sessions de mentorat. Si le coiffeur a bien progressé, le responsable peut envisager de lui confier davantage de clients souhaitant des prestations de coloration. En revanche, si des difficultés persistent, des solutions supplémentaires pourraient être proposées, telles que des formations complémentaires ou la mise en place d'un accompagnement renforcé avec un collègue spécialisé en coloration.

En mettant en œuvre ces actions concrètes, le salon de coiffure soutient activement le **développement professionnel** de ses collaborateurs, en les aidant à surmonter leurs faiblesses et à **renforcer leurs compétences**. Cette approche favorise l'épanouissement des coiffeurs et contribue à **la satisfaction des clients**, en leur offrant des services de haute qualité.

Établir des procédures claires et précises pour impliquer ses collaborateurs

- Initiation à l'ADN de l'entreprise (charte de qualité)

Il est important de **familiariser les collaborateurs avec la philosophie et les valeurs de l'entreprise** dès leur intégration. En leur présentant **la charte de qualité** du salon, qui définit les normes et les attentes en matière de service et de relation client, les collaborateurs seront mieux à même de **comprendre l'importance de leur rôle** et de s'engager pleinement dans la réalisation des objectifs de l'entreprise.

Charte de qualité



Responsabiliser



- Responsabiliser l'équipe en délégrant certaines tâches

Pour favoriser l'implication et la motivation des collaborateurs, il est judicieux de leur déléguer des **responsabilités** en fonction de leurs compétences et de leur niveau d'expérience. Par exemple, un coiffeur expérimenté pourra se voir confier la supervision des apprentis ou la gestion des stocks de produits, tandis qu'un junior pourra être chargé de l'accueil des clients ou de la préparation des postes de travail. **La délégation de tâches** permet de renforcer l'esprit d'équipe et de responsabiliser les collaborateurs, qui **se sentiront valorisés et impliqués** dans le bon fonctionnement du salon.

- **Rendre le collaborateur autonome**

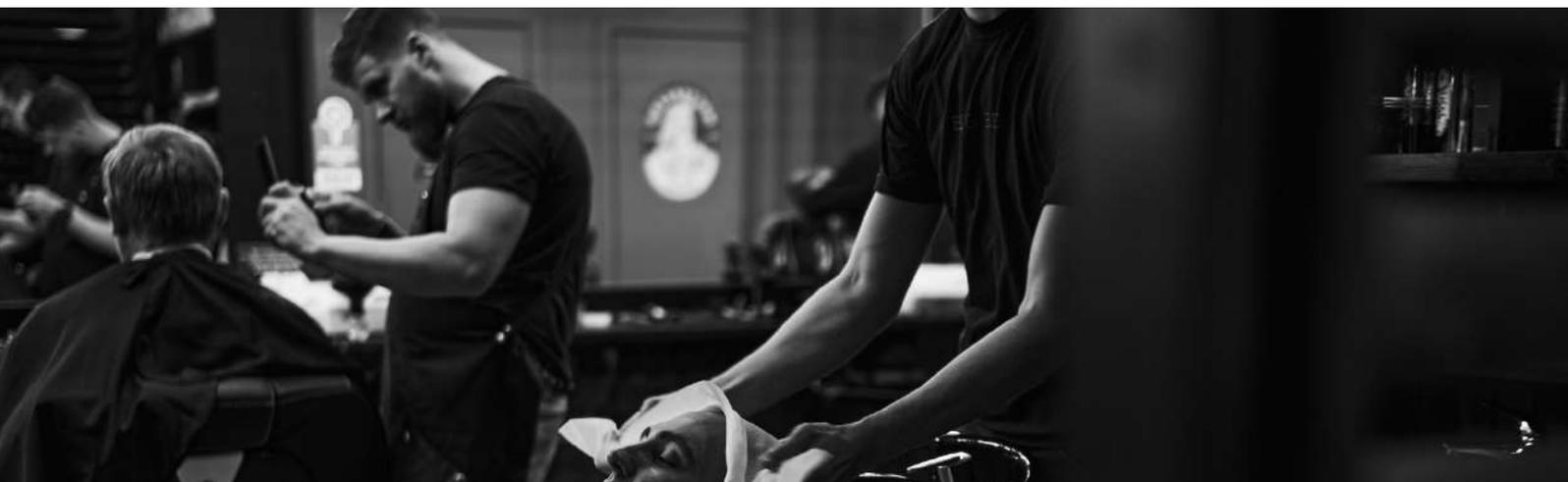
L'autonomie est un facteur clé de **la motivation et de l'implication des collaborateurs**. Pour favoriser leur autonomie, il est important de leur donner **les outils et la confiance** nécessaires pour prendre des décisions et résoudre des problèmes par eux-mêmes. Par exemple, on peut encourager les coiffeurs à gérer leur propre agenda, à proposer des **solutions adaptées** aux besoins spécifiques de leurs clients ou à contribuer activement à l'amélioration des processus et des services du salon. En développant l'autonomie de ses collaborateurs, le salon renforce **leur engagement et leur responsabilisation**, tout en bénéficiant de leur expertise et de leur créativité pour innover et s'adapter aux évolutions du marché.

Encourager



N'oubliez pas de fédérer votre équipe de collaborateur

Pour fédérer une équipe de collaborateurs dans un salon de coiffure, il est essentiel de faciliter **la communication interne**, par exemple en mettant en place un groupe de messagerie pour **échanger rapidement et simplement**. Il est également important de renforcer **la vie d'équipe** en organisant des activités conviviales, telles que des sorties ou des afterwork, qui permettent aux membres de l'équipe de tisser des liens et de renforcer la cohésion du groupe. Cette approche contribue à créer un environnement de travail harmonieux et stimulant, favorisant **l'engagement et la motivation** des collaborateurs.



OPTIMISER SON ORGANISATION

Organisation journalière



- **Suivi du chiffre d'affaires et des plannings.**

La gestion quotidienne du salon doit inclure le suivi du **chiffre d'affaires** et du planning des collaborateurs. Il est important de veiller à ce que **les objectifs financiers** soient atteints tout en garantissant un emploi du temps équilibré et adapté aux besoins de chaque membre de l'équipe.

- **Présence managériale quotidienne**

Le manager joue **un rôle central** dans la motivation de l'équipe, la résolution des problèmes et la mise en œuvre des procédures et des objectifs de l'entreprise.

Une présence managériale quotidienne permet de garantir le bon fonctionnement du salon et d'assurer la satisfaction des clients.

Organisation hebdomadaire



- **Tâches administratives**

Durant ce créneau, il est important de se consacrer aux tâches administratives telles que la gestion des factures, la mise à jour des dossiers clients, le suivi des stocks ou encore la vérification des plannings de vos coiffeurs.

- **Préparation de la réunion hebdomadaire**

Cela implique de définir l'**ordre du jour**, de rassembler les **informations nécessaires** et d'identifier les **points à aborder**, tels que les **performances du salon**, les **défis** à relever ou les **opportunités** du moment à saisir.

- **Mise en place d'actions ou challenges à venir**

Il peut s'agir de **fixer des objectifs** de vente, d'organiser des formations ou de proposer des concours internes pour stimuler la créativité et l'esprit d'équipe.

Organisation Mensuels



- **Analyse des performances du salon**

Il est essentiel d'examiner régulièrement **les performances du salon**, en évaluant notamment le chiffre d'affaires, **la productivité** des collaborateurs, la satisfaction des clients ou encore **l'efficacité** des actions marketing. Cette analyse permet d'identifier **les réussites et les domaines à améliorer**, afin d'adapter la stratégie de l'entreprise en conséquence.

- **Préparation de la réunion mensuelle**

Chaque mois, il convient de préparer une réunion avec l'ensemble des collaborateurs pour **passer en revue les résultats** et les enseignements tirés de l'analyse des performances. Cette réunion doit mettre en avant **les points forts de l'équipe** et les axes d'amélioration, afin de définir des objectifs concrets pour le mois suivant et encourager la progression collective.

- **Réflexion sur le développement de l'entreprise**

L'organisation mensuelle doit également inclure **un temps dédié à la réflexion** sur le développement de l'entreprise. Il s'agit d'envisager de **nouvelles opportunités de croissance**, telles que l'élargissement de la gamme de services proposés, la mise en place de partenariats ou l'ouverture de nouveaux salons. Cette réflexion stratégique permet de pérenniser et d'adapter l'entreprise aux évolutions du marché.

L'informatisation du Salon (Indispensable)



- **Logiciel de caisse**

L'utilisation d'un logiciel de caisse adapté aux salons de coiffure est essentielle pour **simplifier et centraliser de nombreuses tâches quotidiennes**. Un tel logiciel permet notamment de faciliter **la prise de rendez-vous**, en offrant aux clients la possibilité de **réserver en ligne**, et de **gérer les plannings** des collaborateurs de manière plus flexible et réactive.

- **Gestion du stock**

L'informatisation du salon contribue également à une meilleure gestion des stocks, en permettant de **suivre en temps réel** les produits utilisés et les commandes à passer. Grâce à un logiciel adapté, il devient plus simple d'éviter les ruptures de stock et de réduire les pertes liées à une mauvaise gestion des produits.

- **Extraction de rapports**

Enfin, un logiciel de caisse adapté permet d'**extraire facilement des rapports détaillés** sur les performances du salon, tels que le chiffre d'affaires, la productivité des collaborateurs ou la satisfaction des clients. Ces données sont précieuses pour **analyser les résultats**, identifier **les axes d'amélioration** et adapter la stratégie de l'entreprise en conséquence.

- **Savoir s'entourer de bons partenaires**

N'oubliez pas que **seul on va vite, ensemble on va plus loin**. Toutes les relations que vous tissez et que vous entretenez, que ce soit au niveau de **vos fournisseurs** mais également **des commerçants voisins** et autres établissements locaux, très souvent vous avez autant à gagner d'eux que eux de vous ! **Soyez malin** et réfléchissez à des événements communs, des partenariats bien pensés, des réductions mutuelles...



À vous de jouer dorénavant !



l'Atelier.

VOUS SOUHAITEZ FAIRE PARTIE DES 150
SALONS DE COIFFURES QUI ONT AUGMENTÉ
LEUR RENTABILITÉ ?

[Oui je veux en faire partie !](#)

l'Atelier.

On vous accompagne dans le développement de
votre salon de coiffure !

L'Atelier 1, rue Icare 67960
ENTZHEIM
03 67 10 18 17
contact@latelier-accompagnement.com

www.latelier-accompagnement.com

