



Pourquoi J'AI CHOISI cette technologie ?

Voici des témoignages d'esthéticiennes qui ont fait le choix de la technologie. Quelle technologie, qu'est-ce que cela leur a réellement apporté ? Voici leurs réponses.

CELLU M6 ALLIANCE, LPG

Pourquoi avoir choisi «Cellu M6 Alliance» ?

C'est en participant à une journée organisée par LPG pour la présentation de la nouvelle machine «Alliance». Lors de la présentation, j'ai sincèrement été bluffée par rapport à l'ancienne génération. L'«Alliance», c'est la possibilité de travailler trois techniques simultanément : le déstockage, le resculpte des tissus et le raffermissement. La méthode de travail est agréable car l'appareil est facilement maniable et la tête de traitement est légère. Je n'ai pas hésité !

Que pensez-vous des résultats ?

Je suis très satisfaite, c'est vrai qu'avec l'«Endermolab», on avait déjà de très bons résultats, mais aujourd'hui avec l'«Alliance» les résultats sont encore meilleurs ! J'apporte à chacune de mes clientes, en fonction de ses attentes, la meilleure solution.

Combien faites-vous de séances par jour ?

De mars à juillet, pic de la saison corps, les séances d'«Endermologie» représentent 10 à 14 clientes par jour.



Patricia Poinaut
Modeling, 4 Levée
de la Loire, Quai de la
Loire, av. Proudhon,
37520 La Riche.

L'hiver, la période est un peu plus creuse pour le corps, le visage prend le relais avec environ sept clientes par jour.

Comment avez-vous développé votre activité LPG ?

Certaines de mes clientes connaissaient déjà la marque LPG avant de venir chez moi, d'autres ne connaissaient pas du tout. Je présente à toutes mes clientes LPG les cosmétiques. Après leur séance de «Cellu», je les masse avec les cosmétiques. Je vends ainsi des cosmétiques et la plupart adhèrent parce que la texture, les odeurs... tout leur plaît.

Le site Endermologie.com m'a également permis de développer ma clientèle. J'ai fait la formation «Expert» et je suis ainsi référencée dans les premières. Les clientes recherchent les instituts équipés de la dernière génération et cette formation est un vrai plus.

Le bouche à oreille fonctionne extrêmement bien et la vitrine est un plus car l'institut est situé sur une rue passante sans oublier les réseaux sociaux qui m'aident aussi.

Quel est le profil de votre clientèle ?

Mon cœur de cible est constitué de femmes de 45/65 ans, j'ai quelques clientes plus jeunes et ma doyenne a 87 ans. J'ai une clientèle assez large. Les cures sont réglables en plusieurs fois, donc on s'adapte au budget de chacune. J'essaie de satisfaire un maximum de personnes.

Et si c'était à refaire ?

Je ne regrette pas du tout mon choix, je suis très contente de ma machine, elle marche très bien. Les résultats sont à la hauteur des attentes de ma clientèle et ça c'est pour moi le plus important. Je suis contente pour elles et de nombreuses clientes font leur optimisation à l'institut, ce qui me garantit encore de belles séances d'«Endermologie». ...

**J'ai vraiment développé
ma clientèle grâce
à cette machine**