



# COMMENT PROPOSER DES OPTIONS EN PLUS LORS DE VOS SOINS VISAGE ?

Voici comment valoriser, personnaliser vos soins visage,  
apporter plus de résultats et fidéliser vos clientes.

PAR TYPHAINÉ MOORESTE, EXPERTISE SPA BIEN-ÊTRE



Photo Syda Productions.

La vente des soins visage représente un enjeu majeur dans le développement de l'activité et la pérennité de votre institut de beauté. C'est, en effet, après les épilations et les ongles, le service où la fidélisation se fait le plus facilement. Pourvu que vous ayez entretenu suffisamment vos connaissances en physiologie cutanée, en techniques de diagnostic, et que vous optimisiez le parcours client dans ce sens. Pour cela, nous vous recommandons de développer ce que l'on appelle les «add-on».

#### QU'EST-CE QUE LES ADD-ON ?

Les add-on sont des «options» supplémentaires qui s'ajoutent à une prestation, et qui permettent à votre cliente d'obtenir une plus grande valeur ajoutée : plus de bien-être, plus de résultats, plus ciblé,...

Ils sont incontournables dans le processus de personna-

lisation du soin. En effet : comment peut-on réellement dire qu'un soin est «personnalisé» sans proposer des add-on, options ciblées ?

La cliente qui «valide» son add-on règle un supplément de l'ordre d'une dizaine d'euros : les prix des add-on peuvent varier de 5 à 30 euros ou plus. Ce prix est déterminé après avoir calculé vos coûts par soin. Il prend en compte :

- le temps nécessaire supplémentaire pour cette option,
- les produits spécifiques utilisés,
- ou encore l'amortissement des investissements (appareils ou spécialité d'une technique manuelle).

Voici quelques exemples d'add-on que vous pouvez ajouter sur une carte de soins :

- épilation sourcils ou visage facturée en plus,
- 5 ou 10 minutes (ou plus) d'appareil (type Led, ionisation, LPG,...),
- application d'un masque ou sérum spécifique à forte valeur ajoutée, peeling,
- pose de gants hydratants pour les mains/pieds pendant la prestation,
- massage du cuir chevelu ou du visage (type digitopression),
- soin spécifique pour le contour des yeux, du cou, du décolleté,...
- nutri-cosmétique à prendre en début ou fin de soin,
- teinture des cils,
- ...

Certains add-on ne nécessitent pas d'ajouter du temps supplémentaire à la prestation et permettent d'augmenter directement le chiffre d'affaires.

D'autres vous demanderont une meilleure organisation afin de bloquer directement le temps supplémentaire à l'add-on au moment de la réservation. Ou bien d'utiliser la proposition d'add-on en tant qu'upselling ou cross-selling (vente additionnelle et vente complémentaire) dans l'optimisation du remplissage de vos plannings de rendez-vous, à la dernière minute.

#### PROPOSER LES ADD-ON DÈS LA RÉSERVATION

La réservation est un moment de ventes clé dans votre Parcours Client qu'il ne faut pas négliger. Exit le «secrétariat téléphonique» où l'on propose un créneau en collectant les coordonnées de la cliente. Place à un réel outil de vente professionnelle pour chaque type de cliente.

#### Dès la réservation avec les clientes existantes

Si votre cliente est déjà venue, avant même de lui proposer un créneau pour fixer son RDV, reprenez l'historique ...