



Boostez vos ventes de cures minceur

Selon les plus récentes statistiques, une femme sur trois et un homme sur quatre souhaitent perdre du poids. La France compte 13 millions de personnes en surpoids, soit une personne sur 3 ! Or, selon une étude de la Sofres, entre 10 et 12% de Françaises seulement ont recours aux instituts de beauté pour perdre du poids. Votre marge de progression reste donc importante ! La demande est là mais encore faut-il savoir y répondre... Vous devez tenir compte que les femmes sont de plus en plus informées, certaines pouvant même parfois douter des résultats attendus. Aussi, toutes les actions que vous allez proposer devront atteindre l'objectif promis : la perte de poids.

Par **Virginie Vioron**

Janvier et février sont les mois idéaux pour mettre en place plusieurs actions dynamiques au sein de votre institut afin de booster vos ventes de cures et produits minceur. En effet, chaque année après les fêtes, vos clientes sont nombreuses à constater que leur balance affiche allègrement quelques kilos supplémentaires. Ce constat est souvent accompagné de stress et d'inquiétude : elles se demandent comment perdre ce surplus rapidement ? Les cures minceur représentent l'une des solutions rapides et efficaces pour la perte de poids. Vous en êtes convaincues mais comment les proposer et surtout les vendre à vos clientes ? Voici différentes étapes et astuces à mettre en place pour réussir votre objectif.

Plan d'attaque pour ce début d'année

Partez du principe qu'après les fêtes, une cliente sur 3 aura pris entre 1 et 3 kilos.

Votre objectif est simple : quel que soit le soin pour lequel votre cliente est venue, instaurez avec elle une discussion agréable et bienveillante autour des fêtes qui viennent de passer et plus précisément autour des repas. Avec tact bien sûr, comme vous savez le faire :

« Comment se sont passées les fêtes madame Durand ? ... Et au niveau des repas, avez-vous fait des excès?... Avez-vous constaté une prise de poids ? »

Selon les réponses de votre cliente, je vous propose de voir avec elle sa motivation à perdre ses kilos superflus : « Avez-vous l'intention de les perdre, madame Durand? ... Rapidement ? Comment allez-vous vous y prendre ?... »

A cette étape, si vous sentez votre cliente inquiète face à ses kilos, rassurez-la : « Je vous rassure, madame Durand, après les fêtes, nous sommes nombreuses à nous sentir à l'étroit dans nos vêtements ! Sachez que si l'on s'occupe de nos kilos lorsqu'ils viennent de s'installer, nous avons de très bons résultats. Si vous le souhaitez, je peux vous proposer différentes solutions très efficaces pour vous débarrasser de ces quelques kilos rapidement. »

Proposez-lui alors une « Consultation Minceur » de 15 minutes, gratuite, à réaliser sur le moment si vous avez du temps ou sur rendez vous.

« LES CURES MINCEUR REPRÉSENTENT L'UNE DES SOLUTIONS RAPIDES ET EFFICACES POUR LA PERTE DE POIDS »



Offrez 15 minutes de Consultation Minceur gratuite

Lors de cette consultation, examinez précisément les zones « enrobées » de votre cliente. Rassurez-la et insistez sur les bons résultats possibles. Expliquez-lui avec des mots simples l'action et les résultats concrets que la cure aura sur son corps, mais attention, restez réaliste.

Pensez à insister sur sa motivation : « *Je vais vous parler d'un protocole minceur tout à fait adapté pour vous ; il a fait ses preuves mais sachez avant tout que quelle que soit la cure minceur, cela ne suffira jamais si de votre côté vous ne respectez pas les consignes alimentaires demandées et la pratique d'un exercice physique régulier.* »

Si vous la sentez réceptive et motivée, préparez son « Ordonnance Minceur Personnalisée » en notifiant la cure la mieux adaptée pour elle : le rythme des séances, leur durée, le prix, les résultats espérés.

Si la cure n'est pas vendue après la consultation, c'est que votre cliente a besoin de plus d'informations. Proposez-lui alors une « Séance Découverte Minceur » à moitié prix ou gratuite, si vous le pouvez.

Une séance minceur découverte d'une heure, à moitié prix

Pendant cette séance, il s'agit de faire découvrir à votre cliente la méthode que vous allez utiliser : palper-rouler, Cellu M6, etc. Tout au long de la séance, parlez-lui d'elle, de son corps, de sa peau, de ses kilos, toujours en termes bienveillants bien sûr. Expliquez-lui, de manière simple, comment et pourquoi cette cure sera efficace pour elle, comment elle fonctionne. Personnalisez au maximum vos conseils et insistez sur les résultats : poids et surtout, centimètres en moins envisageables.

Votre professionnalisme et vos arguments feront la vente.

« PERSONNALISEZ AU MAXIMUM VOS CONSEILS ET INSISTEZ SUR LES RÉSULTATS »



Mettez l'accent sur 3 axes : soin cabine, nutrition et exercices physiques

Afin que votre cliente atteigne son objectif perte de poids, je vous suggère de créer un partenariat gagnant/gagnant avec la salle de sport la plus proche. Pour chaque cure minceur vendue, offrez à votre cliente quelques séances de sport gratuites ; en contrepartie, vous offrirez aux clientes de la salle de sport qui ont acheté un forfait sport, un massage au choix. Cela peut être également un moyen pour vous de sensibiliser ces nouvelles clientes du club de sport à la minceur.

Créez également un partenariat avec un nutritionniste qui accepterait de recevoir gratuitement vos clientes « cure minceur » pour une première consultation en nutrition.

Gardez à l'esprit qu'une cure minceur est un investissement pour la cliente et qu'elle achète un résultat. Donc le but n'est pas de lui vendre à tout prix une cure mais de vendre un résultat afin qu'elle reçoive une totale satisfaction. Si la réussite est là, elle en parlera à ses amies qui deviendront alors pour vous de futures potentielles clientes.

Pensez aux hommes

Les hommes sont aujourd'hui de plus en plus attentifs à leur apparence. Ce plan d'attaque vaut donc également pour votre clientèle masculine pour laquelle vous mettrez en place la même stratégie.

Vous l'avez compris, le marché de la minceur n'est pas prêt de se tarir : votre marge de progression a de beaux jours devant elle !

Et n'oubliez pas « *Une cliente n'appartient à personne, sauf à celle qui sait s'en occuper.* »



ASTUCES

Le jean : un test révélateur

Lors de la première séance, demandez à votre cliente de venir avec son jean préféré qu'elle a du mal à fermer. Constatez ensemble les centimètres manquants pour qu'elle se sente à l'aise.

Lors de la dernière séance de cure, faites la même chose et constatez les résultats !

Cette astuce est plus parlante que la balance car lorsque l'on fait du sport, la graisse se transforme en muscles et les muscles sont plus lourds que la graisse, donc le poids est un signe d'amaigrissement parfois moins marquant que les centimètres.

Produits minceur

Pour chaque cure vendue, offrez à votre cliente le premier tube de crème associé à la cure, cela lui permettra de le découvrir et de l'apprécier. Elle le renouvellera à coup sûr si vous mettez en avant que l'association cure/produit accélère les résultats.

Mailing ciblé

Créez un mailing « Cures Minceur » et adressez-le spécifiquement aux jeunes mamans et aux femmes autour de la cinquantaine. Ce sont deux cibles de clientes particulièrement sensibles à la perte de poids.

Le parrainage

Rien de tel que le bouche à oreille pour développer ses cures ! À l'issue de toute cure, informez vos clientes qui auront atteint leur objectif minceur, que pour chaque personne parrainée, elles recevront un bon cadeau pour un soin cabine, pour elle ou pour offrir (à vous de calculer le prix du soin offert par rapport au prix de la cure minceur vendue).

Le livre d'or

Mettez à disposition de vos clientes un livre d'or sur lequel elles pourront témoigner de la réussite de leur cure en termes de kilos ou de centimètres... mais aussi de votre professionnalisme. Un bon atout pour en convaincre d'autres.

« GARDEZ À L'ESPRIT QU'UNE CURE MINCEUR EST UN INVESTISSEMENT POUR LA CLIENTE ET QU'ELLE ACHÈTE UN RÉSULTAT »