



© Olivier Deguine



© Brice Thiron

vice dans une logique hédoniste. Et si les coiffeurs présents, dont certains depuis plusieurs éditions, sont d'accord, les premières difficultés apparaissent quand on aborde la méthode à employer. Tant que l'on parle d'ajouter de la sensorialité (via un service de massage shiatsu payant, par exemple), de l'éthique et de se différencier, chaque stagiaire opine du chef. Là où certains commencent à tiquer, c'est lorsqu'une autre évidence apparaît : plus de service, de délégation, de souplesse et de compétence, cela ne peut pas être l'œuvre d'une seule personne, mais bien d'une équipe et, pour beaucoup, qui dit équipe dit... embauche ! Une perspective qui en bloque plus d'un. Du coup, quelques ateliers, notamment liés au management et au marketing, tiennent parfois autant de la formation pure que d'une séance de psychanalyse collective. Et tel coiffeur de ressortir, un peu déstabilisé, mais enfin lucide, en prenant la mesure du chemin à parcourir. Et Stéphane Amaru de

marteler les idées fortes classiques, mais si peu appliquées, de services différenciants (vrai accueil, prestations exclusives) et de hausse des prix grâce à la tarification en fonction de l'expérience du coiffeur.

QUESTION DE RENTABILITÉ !

Et Thierry Gabarrot, un autre intervenant, de démontrer en une simple équation pourquoi certains salons ne seront jamais rentables ou ne pourront, sans modifications radicales, que dégager des marges ridiculement faibles... Implacable, le formateur appuie également là où ça fait mal : « *Renouveler la clientèle par les jeunes ? Hum, l'idée se défend...* » Mais sans oublier que 60 % de la clientèle a plus de 40 ans et représente 76 % du chiffre d'affaires ; ou encore : « *Augmenter les services ? Bonne idée, mais sont-ils vraiment rentables ? Tout dépend du temps investi, un employé coûtant environ 34 euros de l'heure.* » Heureusement, il restait les ateliers plus « coiffure »,

tels les chignons de Filippo Sepe ou les coupes de Marco Geraci, pour rassurer les participants en les recentrant sur des pratiques plus « manuelles »... Des pratiques qui ne servent à rien sans la gestion, comme semblait leur murmurer en permanence une petite voix entre deux cocktails et une pause café au bord de la piscine ! Des stagiaires qui ne sont pas si chahutés que ça, puisqu'environ 40 % d'entre eux signent d'une année sur l'autre. ■ **Brice Thiron**

ÉVOLUTION

Une refonte totale

Touché comme la majorité par l'incertitude des remboursements, Erik Dumon, d'Educatitude, et son partenaire Didier Olagnon (IDOconsult, spécialiste des salons indépendants) ont fait le choix de monter en gamme. Soit un tarif unique d'environ 310 euros par jour. La priorité est donnée non pas au one-shot, mais à un parcours incluant le coaching et l'accompagnement des 15 % de salons les plus dynamiques en formation, avec un petit cadeau : si le dirigeant vient avec un employé, le stage est offert à un stagiaire supplémentaire. Ont ainsi été créés des groupes de toutes origines qui se voient proposer un parcours « Elite » commun. Ce cursus leur permet d'accéder à des stages avancés qui ne proposent pas que des cours « basiques ». Un cycle de formation a par ailleurs été lancé chez BCB (Business Coiffure Beauté), distributeur très implanté dans le Sud-Ouest.

Le logiciel de gestion FIDUCIAL Média Coif
invente

i-now
pour rester connecté !

Disponible
sur iPhone,
iPad et
Tablet PC



Avec **i-now** :

- visualisez en temps réel le chiffre d'affaires et le nombre de passages de vos différents salons.
- Augmentez votre réactivité en optimisant les périodes creuses.
- Communiquez instantanément avec vos salons.
- Comparez votre activité avec les résultats de l'année précédente.

FIDUCIAL
INFORMATIQUE

Pour en savoir plus

Contactez-nous au 0825 00 96 16 (0,15 € TTC/min)
contact.telemarketing.informatique@fiducial.fr - www.fiducial.fr