



## LE SECRET DES ESTHÉTICIENNES QUI RÉUSSISSENT 2<sup>ème</sup> partie : DÉCLENCHER L'ENVIE D'ACHAT

Après le mental de gagnante, le second atout, qui va faire la différence chez les esthéticiennes qui réussissent, est qu'elles ont un rapport très « décontracté » à la vente. À la fois avec facilité et naturel, elles transforment leurs conseils en envie d'achat.

PAR VALÉRIE DESMAISONS, FORMATRICE ET DIRECTRICE, PERFECTIS FORMATIONS

**L**a force des esthéticiennes qui vendent est qu'elles ont pour premier objectif de conseiller avec sincérité. La maîtrise de phrases clés et de mots-clés leur permet de s'exprimer avec beaucoup d'aisance et engendre un sentiment de confiance chez leur cliente. Le choix du vocabulaire et d'une argumentation ciblée renforce leur crédibilité, leur capacité de conviction, et déclencheront des ventes.

### RÈGLE N°1 LIBÉREZ-VOUS DU SYNDROME DE L'IMPOSTEUR

Il s'agit de ce sentiment de malaise et de culpabilité quand vous devez parler de vos prestations, et d'en donner le prix.

---

## VALÉRIE DESMAISONS

Valérie Desmaisons, esthéticienne, formatrice et coach, fondatrice de Perfectis Formations en 2013, créatrice de la méthode «Les actions 100 % réussite», spécialisée dans le développement des compétences, la valorisation et l'accompagnement des esthéticiennes dans leur réussite.



### Les astuces

- Croyez en la valeur de ce que vous proposez (si vous n'êtes pas convaincue des résultats, comment vos clientes pourraient-elles l'être ?). Peut-être est-il temps de remplacer cette prestation par une autre qui vous apportera plus de satisfaction ? N'oubliez pas que l'on ne vend bien que ce en quoi l'on a foi.
- Vous sentez-vous légitime dans votre offre de service et dans votre relation à l'argent ? Listez vos compétences, vos aptitudes, les formations que vous avez suivies et faites taire la petite voix intérieure qui vous dévalorise. Rappelez-vous que ce sentiment d'illégitimité est une croyance qui n'existe que dans votre imagination !

## RÈGLE N°2 METTEZ EN AVANT LES AVANTAGES ET LES RÉSULTATS

- Affirmez que le prix de vos produits est justifié par la qualité des matières premières, leur concentration, leur galénique, leurs performances et, en conséquence, que ces paramètres sont une promesse d'efficacité.
- Il en est de même pour vos prestations. Étant donné que vous avez calculé le «juste prix» selon une méthode infailible qui prend en compte le coût des matières premières, la durée, vos charges, et aussi votre salaire (n'est-ce pas ?), dans ce cas vos tarifs sont cohérents avec les bénéfices de l'offre et votre promesse de résultats.
- Et gardez en mémoire que si la cliente est persuadée de l'intérêt du produit, le prix compte beaucoup moins. Très important : n'oubliez pas qu'elle se souviendra beaucoup plus longtemps de la qualité et du résultat que du prix.



Photo : Sotnikow.

## RÈGLE N°3 ÉVITEZ LE PIÈGE DES À PRIORI

- Laissez vos préjugés de côté car ils pourraient vous faire rater des ventes. Et nous l'avons toutes vécu : l'habit ne fait pas le moine, les apparences peuvent être trompeuses et ce ne sont pas les clientes qui semblent avoir le plus de budget qui dépenseront le plus.
- Retenez que la dépense est davantage liée à la motivation d'achat plutôt qu'au pouvoir d'achat.
- Bannissez vos croyances limitantes, ces barrières psychologiques telles que penser à la place de la cliente, se mettre à la place de son portefeuille ou imaginer qu'elle n'a pas les moyens d'investir dans une cure par exemple !
- Mettez de côté votre subjectivité, recentrez-vous sur votre objectif de départ et suivez votre fil conducteur : le conseil personnalisé et argumenté pour qu'elle atteigne les résultats souhaités.
- Gardez à l'esprit que si vous avez convaincu votre cliente que le produit ou la prestation répondent à ses motivations profondes, alors vous lui avez donné envie de se les approprier et le prix est devenu secondaire. ●●●

---

## FAITES TAIRE LA PETITE VOIX INTÉRIEURE QUI VOUS DÉVALORISE

---

### L'astuce à partager

Lorsque vous lui présentez un gommage visage, dites-lui ceci : «Vous en répartissez une petite quantité sur l'ensemble du visage, vous réalisez des mouvements circulaires, et mon astuce est de gommer également très délicatement la patte d'oie, en prenant soin de bien maintenir les tissus avec votre deuxième main, de façon à bien préparer cette zone à être traitée avec votre contour des yeux dont l'efficacité sera décuplée». Profitez-en pour mimer le geste. Et c'est l'occasion de poursuivre avec la question suivante : «Rappelez-moi, comment prenez-vous soin de votre contour des yeux au quotidien ?». Par ailleurs cette question ouverte aura beaucoup plus d'impact puisqu'elle sera riche en informations à l'inverse d'une question fermée telle que : «Vous utilisez un contour des yeux ?», à laquelle on répond par «Oui» ou «Non» qui fermera le dialogue.



Photo : Viacheslav Yakobchuk.

### RÈGLE N°4 PARTAGEZ VOS ASTUCES POUR AIDER VOTRE CLIENTE À SE PROJETER

C'est la confiance que vous inspirez et le professionnalisme que vous dégagez qui motiveront l'achat, puisque avant d'acheter un produit, c'est votre professionnalisme que la cliente achète. Vous voulez renforcer votre relation client, vous démarquer et donner envie de dépenser chez vous plutôt qu'ailleurs ? Partagez vos conseils et astuces de pro. Donnez à votre cliente des recommandations pour avoir une belle peau toute l'année ou des conseils pour qu'elle gagne du temps dans sa salle de bain ou encore pour économiser du produit. Quand vous vous rendez chez le coiffeur par exemple, vous appréciez beaucoup qu'il partage avec vous ses «petits trucs» pour raviver l'intensité de vos mèches, apporter de la profondeur à votre couleur, avoir des cheveux plus brillants ou pour un brushing qui tienne plus longtemps ? Dites-vous que vos clientes fonctionnent comme vous, elles aussi y sont très sensibles. Ces petites attentions, en plus de leur sincérité renforcent la relation client et alimentent l'envie de consommer.

### RÈGLE N°5 MAÎTRISEZ LE VOCABULAIRE D'EXPERTE

En séance de coaching, je surnomme «mots magiques» ces termes qui ont un pouvoir de persuasion pour séduire et motiver. Vous voulez renforcer votre force de conviction lorsque vous présentez vos produits ? Enrichissez votre argumentaire par l'utilisation de termes tels que : multiplier, efficacité, traiter, action ciblée, résultats. Ils créeront chez votre cliente une prise de conscience sur la nécessité de les utiliser au quotidien dans sa salle de bain. Voici quelques exemples :

- **Argumentation nettoyage visage**  
«C'est le premier geste de beauté qui va préparer votre peau avant de la traiter.»
- **Argumentation gommage visage**  
«Il va multiplier l'efficacité de votre rituel beauté. En plus de retirer le voile terne pour restaurer l'éclat, c'est le premier anti-âge, puisque le fait d'éliminer les cellules mortes de la couche cornée permettra à de nouvelles cellules des couches profondes jeunes et gorgées d'eau de remonter à la surface.»
- **Argumentation sérum**  
«C'est un concentré de principes actifs. dix fois plus concentré qu'une crème, il va réveiller votre peau en profondeur, avec une action ciblée sur les rides/l'éclat/la fatigue/la fermeté.»

### Valorisez vos ventes de prestations

Préparez un argumentaire écrit pour présenter à l'oral vos prestations phares : massages, soins visage, rituels, minceur, lumière pulsée... de façon structurée et concise, toujours en mettant en valeur les résultats et les bénéfices que votre cliente pourra en tirer.

## RÈGLE N° 6 REMETTEZ VOTRE CARTE DES SOINS

Vous voulez booster vos ventes de prestations ? Mettez à disposition de vos clientes une carte des soins actualisée et argumentée.


- **Valorisante** : elle doit être le reflet de votre savoir-faire, de votre concept. Elle doit aussi être attractive et véhiculer vos différences et votre expertise.

- **Actualisée** : elle doit être à jour, avec les bons tarifs et inclure les nouvelles prestations. Moderne, avec des codes couleurs contemporains, pour une carte des soins qui vous ressemble. Offrez à vos clientes une carte des soins qui respecte les règles de marketing telles que : une mise en page soignée avec un bon choix

de format, de grammage, de photos, de codes couleurs, mais aussi un contenu attrayant avec une argumentation, une accroche, un contenu qui donne envie de découvrir ou de faire découvrir de nouvelles prestations.

- **Argumentée** : vous voulez faire la différence ? Avant de remettre la carte des soins à votre cliente, commentez-la et parcourez-la avec elle rapidement : «Je vous remets notre carte des soins qui rassemble l'ensemble de nos prestations, vous retrouverez nos spécialités qui sont les soins visage sur mesure et les rituels anti-âge, puis nos massages du monde, nos escapades et la lumière pulsée pour l'épilation définitive». La commenter sera l'occasion pour la cliente d'avoir connaissance de l'éventail de prestations que vous proposez et de vous poser des questions concrètes. Voyez la version papier de votre carte des soins comme un véritable outil d'aide à la vente et ce qui vous distinguera, c'est à la fois le message d'excellence qu'elle va renvoyer et aussi la façon dont vous allez oralement valoriser ce qui vous rend unique. Votre argumentaire, votre élocution, votre intonation et la conviction que vous y mettrez, maximiseront l'envie de se projeter, et de se faire plaisir. Essayez, vous m'en direz des nouvelles.

\*

Vous voilà maintenant avec une multitude d'astuces pour être plus confiante, plus sereine face à la vente. Gardez en mémoire que votre atout gagnant résidera dans votre capacité à abandonner vos vieilles routines de vente, votre capacité à changer pour laisser place à une démarche qui véhicule l'envie de satisfaire votre cliente. Votre attitude positive, authentique, qui exprime votre plein potentiel, renforcera votre crédibilité et révélera la vendeuse experte qui sommeille en vous. 

### ••• • Argumentation massage

«Le massage vietnamien Tâm Quât est un rituel anti-fatigue qui élimine à la fois les tensions physiques, mentales et restaure la vitalité. À l'issue de ce massage, vous vous sentirez à la fois tonifiée et énergisée. Cette technique est idéale si vous vous sentez fatiguée, stressée, surmenée.»

### • Argumentation soin visage

«Le soin japonais kobido repose sur une technique anti-âge très performante qui vous permettra de retrouver dès la première séance un visage plus reposé, repulpé et un teint plus lumineux. Les résultats sont tout simplement bluffants ! Nous le proposons en cure ou en prestation individuelle.»

### • Argumentation épilation

«Cette cire offre bien plus qu'une épilation, c'est un «soin d'épilation», élaboré à partir d'une résine de pin 100 % végétale. Le coût est un peu plus élevé mais vous avez la garantie d'une repousse plus lente, d'une peau plus douce et l'assurance d'un résultat d'exception.»







# COACHING "BOOSTEZ VOS VENTES"

Réveillez la vendeuse experte qui sommeille en vous !

- 100% sur-mesure
- De 1h à 1 journée
- En présentiel ou distanciel ( Zoom)



## EXCLUSIVITÉ

Méthode conçue et réservée uniquement aux esthéticiennes

## EFFICACITÉ

Maîtriser les techniques pour « déclencher l'envie d'achat »

## MOTIVATION

Gagner en confiance et prendre du plaisir à vendre

## TEMOIGNAGES

AVIS

d'esthéticiennes



## PROGRAMMEZ

OFFERT

Un rendez-vous  
de 30 minutes



## PERFECTIS FORMATIONS

Centre de formation certifié Qualiopi - Expert en développement  
+ de 2000 esthéticiennes accompagnées - Taux de satisfaction de 98.85% en 2021

06 40 88 31 87 - [www.perfectis-formations.com](http://www.perfectis-formations.com)