



Calendrier Marketing 2019

**120 OPPORTUNITES POUR
BOOSTER L'INSTITUT ET LE SPA**

Arnaud WALLETON

Sommaire

Introduction	3
Janvier	5
Opportunité N° 1 : les bonnes résolutions de la nouvelle année.....	5
Opportunité N°2 : le grand Froid.....	7
Opportunité N°3 : le blues hivernal.....	9
<i>Save the dates : les meilleures dates de janvier pour animer l'institut !</i>	11
Février	Erreur ! Signet non défini.
Opportunité n°1 : l'envie d'évasion.....	Erreur ! Signet non défini.
Opportunité n°2 : Neige et Soleil.....	Erreur ! Signet non défini.
Opportunité n°3 : la Saint Valentin.....	Erreur ! Signet non défini.
<i>Save the dates : les meilleures dates de février pour animer l'institut !</i> Erreur ! Signet non défini.	
Mars	Erreur ! Signet non défini.
Opportunité n°1 : « le grand nettoyage » de printemps.....	Erreur ! Signet non défini.
Opportunité n°2 : le rituel de saison.....	Erreur ! Signet non défini.
Opportunité N°3 : la minceur.....	Erreur ! Signet non défini.
<i>Save the dates : les meilleures dates de mars pour animer l'institut !</i> ... Erreur ! Signet non défini.	
Avril	Erreur ! Signet non défini.
Opportunité n°1 : le nouveau look printanier.....	Erreur ! Signet non défini.
Opportunité n°2 : l'épilation.....	Erreur ! Signet non défini.
Opportunité n°3 : le naturel.....	Erreur ! Signet non défini.
Opportunité n°4 : le bronzage.....	Erreur ! Signet non défini.
<i>Save the dates : les meilleures dates d'avril pour animer l'institut !</i> Erreur ! Signet non défini.	
Mai.....	Erreur ! Signet non défini.
Opportunité n°1 : les mariages.....	Erreur ! Signet non défini.
Opportunité n°2 : les pieds.....	Erreur ! Signet non défini.
Opportunité n°3 : la fête des mères.....	Erreur ! Signet non défini.
<i>Save the dates : les meilleures dates de mai pour animer l'institut !</i> Erreur ! Signet non défini.	
Juin	Erreur ! Signet non défini.
Opportunité n°1 : les cérémonies.....	Erreur ! Signet non défini.
Opportunité n°2 : la protection solaire.....	Erreur ! Signet non défini.
Opportunité n°3 : les soins éphémères de saison.....	Erreur ! Signet non défini.
Opportunité n°4 : la pollution et les agressions extérieures.....	Erreur ! Signet non défini.
<i>Save the dates : les meilleures dates de juin pour animer l'institut !</i> Erreur ! Signet non défini.	

Juillet & Août	Erreur ! Signet non défini.
Opportunité n°1 : la fin de l'année scolaire.	Erreur ! Signet non défini.
Opportunité n°2 : le programme Vacances.	Erreur ! Signet non défini.
Opportunité n°3 : les touristes.....	Erreur ! Signet non défini.
Opportunité n°4 : le Fun.....	Erreur ! Signet non défini.
Opportunité n°5 : les produits d'hygiène corporelle.	Erreur ! Signet non défini.
<i>Save the dates : les meilleures dates de juillet pour animer l'institut !</i>	Erreur ! Signet non défini.
<i>Save the dates : les meilleures dates d'août pour animer l'institut !</i>	Erreur ! Signet non défini.
Septembre.....	Erreur ! Signet non défini.
Opportunité n°1 : la rentrée.	Erreur ! Signet non défini.
Opportunité n°2 : la prolongation de l'été.	Erreur ! Signet non défini.
Opportunité n°3 : les ingrédients de l'automne.....	Erreur ! Signet non défini.
<i>Save the dates : les meilleures dates de septembre pour animer l'institut !</i>	Erreur ! Signet non défini.
Octobre	Erreur ! Signet non défini.
Opportunité n°1 : le teint.....	Erreur ! Signet non défini.
Opportunité n°2 : l'anti-âge.....	Erreur ! Signet non défini.
Opportunité n°3 : les soins harmonisants	Erreur ! Signet non défini.
Novembre	Erreur ! Signet non défini.
Opportunité n°1 : les bains.	Erreur ! Signet non défini.
Opportunité n°2 : le froid.....	Erreur ! Signet non défini.
<i>Opportunité n°3 : Noël.....</i>	Erreur ! Signet non défini.
<i>Save the dates : les meilleures dates de novembre pour animer l'institut !</i>	Erreur ! Signet non défini.
Décembre.....	Erreur ! Signet non défini.
Opportunité n°1 : l'offre de soins éphémères de Noël.	Erreur ! Signet non défini.
Opportunité n°2 : les bons-cadeaux.	Erreur ! Signet non défini.
Opportunité n°3 : les corbeilles-cosmétiques.	Erreur ! Signet non défini.
Opportunité n°4 : les soins avant les fêtes.	Erreur ! Signet non défini.
<i>Save the dates : les meilleures dates de décembre pour animer l'institut !</i>	Erreur ! Signet non défini.
Le mot de la fin.	Erreur ! Signet non défini.
Remerciements.....	Erreur ! Signet non défini.

Introduction

Développer et animer votre enseigne, recruter de nouveaux clients, les fidéliser et les engager sur le long terme ... Dans ces quelques points-clés, vous retrouvez bien évidemment vos principaux objectifs pour développer votre institut / Spa en 2019.

Oui, mais voilà : si vous êtes gestionnaire d'un centre de beauté et de bien-être, vous vous sentez néanmoins plus praticienne qu'experte en marketing ou en communication. C'est pourquoi, quand vient le moment de trouver LA bonne idée pour faire bouger les choses, vous vous sentez parfois perdue...

Lors de mes séances d'accompagnement, ou dans mes formations, je donne toujours un conseil aux esthéticiennes :

Pour chaque prestation ou produit, il y a un « bon moment ». Si vous savez repérer ce bon moment, et bien mettre en valeur la solution adaptée, alors c'est gagné : vos ventes se feront bien plus facilement !

Le calendrier Marketing 2019 de l'institut de beauté et du Spa est l'application concrète de ce principe.

Plus qu'un simple calendrier, il sera pour vous une véritable feuille de route, qui vous guidera, du 1er janvier au 31 décembre 2019, dans toutes vos actions commerciales.

Pour vous aider et vous inspirer, j'ai regroupé dans cet e-book :

- Les meilleures opportunités commerciales pour chacun des 12 mois de l'année.
- Les prestations et produits à mettre en valeur.
- Une liste d'astuces pour optimiser l'opportunité.
- Les dates clés du mois, pour surprendre votre clientèle, animer l'institut et créer un lien relationnel très fort.

Au total, c'est plus de 120 opportunités pour booster votre enseigne ; des centaines d'idées et d'exemples à reproduire dans votre institut/Spa.

Grâce à cet outil, conçu spécialement pour les professionnels du bien-être, vous pourrez :

- Attirer une nouvelle clientèle.
- Maximiser le montant moyen des soins et du panier.
- Augmenter la fréquence de visite et d'achat.
- Saisir toutes les opportunités qui se présentent à vous.
- Concevoir facilement des offres promotionnelles efficaces et rentables.
- Optimiser l'espace vente.
- Mettre en valeur au moins une fois dans l'année chacune des prestations présentes dans votre carte de soins.
- Imaginer 1 001 raisons de communiquer sur des outils tels que : site internet, blog, newsletter, réseaux sociaux.
- Trouver des sujets de conversation à aborder lors des visites des clients.
- Mieux vous organiser grâce à une meilleure gestion du temps.
- Créer une dynamique de travail motivante pour toute l'équipe.
- Surprendre la clientèle en permanence.
- Vous distinguer de la concurrence.

Inspirez-vous de mon calendrier Marketing afin d'instaurer une nouvelle dynamique et faire de 2019 une année vraiment exceptionnelle !

Janvier

L'année débute par le mois de janvier... Dommage, car ce n'est pas traditionnellement le mois le plus dynamique pour l'institut :

- Les clients habituels ont souvent anticipé leurs achats sur décembre et le budget de janvier est à la baisse après les dépenses de fin d'année,
- Les personnes qui ont reçu un bon cadeau occupent les cabines... mais ne font pas toujours sonner le tiroir-caisse !
- Le climat s'y met : l'hiver s'installe pour de bon et donne un sérieux coup de freins aux envies de shopping...
- L'actualité du moment, c'est un corps caché par des collants, des pantalons, des pulls, des manteaux, des bottes... et des envies de beauté placées en mode hibernation en attendant le printemps.

Rien de très réjouissant... Pour autant, l'esthéticienne avertie que vous êtes ne se laissera pas démoraliser par si peu ! Vous préférerez, à juste titre, tirer un trait sur tous ces points négatifs qui peuvent saboter votre bel enthousiasme et vous concentrer sur les segments les plus porteurs. Vous avez raison : il n'est pas question de débiter l'année par une période « creuse » !

Les meilleures opportunités de janvier.

Opportunité N° 1 : les bonnes résolutions de la nouvelle année.

Chaque changement d'année civile engendre l'envie de faire un bilan sur soi-même... et s'accompagne d'un cortège de bonnes résolutions à mettre en place pour les mois à venir !

En ces premiers jours de l'année, vos clientes sont dans cet état d'esprit : elles rêvent d'un nouveau « moi » et sont déterminées à prendre les choses en mains. Il faut donc battre le fer tant qu'il est chaud !

A chacune son objectif du moment : affiner sa silhouette, prendre du temps pour soi, afficher un visage rajeuni avec un teint éclatant, « oser » un nouveau look, se sentir bien dans son corps, se lancer dans un programme post-natal avec anti-vergetures, trouver davantage de confort avec des solutions semi-permanentes (épilation, maquillage...). Qu'importe ! Parmi l'ensemble de vos prestations, il y a assurément des

soins qui permettront à vos clients de prendre allègrement un nouveau départ pour 2019. A vous de saisir l'occasion !

Les services et produits à mettre en valeur.

Les abonnements et forfaits :

A grande résolution, grande solution ! Puisque vos clientes sont déterminées à s'offrir un nouveau look, elles auront envie de s'engager. Un abonnement sera en mesure de les rassurer : oui, cette fois-ci elles ont pris les choses à bras-le-corps et se donnent les moyens de transformer les bonnes résolutions en actions concrètes.

Parmi les best-sellers du moment, on retrouve :

- Les programmes minceur,
- Les abonnements mensuels en soins du visage,
- Les forfaits temps en soins du corps,
- Les cures technologiques : éclat, anti-âge, anti-vergetures, minceur, dépilation...

Quelques bonnes astuces pour encore booster l'opportunité !

- **Eduquer.**

Pour gagner la confiance de la clientèle, il faut toujours montrer son expertise et faire preuve de pédagogie. Vous pouvez alors :

- Expliquer pourquoi la régularité des soins est la clé pour parvenir aux résultats,
- Justifier le choix du moment : il est idéal pour être prête au printemps ou à l'été, l'absence d'exposition au soleil rend possible certains soins...
- Parler des résultats et les prouver par des témoignages, des avis clients, des photos avant/après...
- **Eviter d'accorder une remise sur les abonnements, mais leur donner de la valeur.**

La remise est néfaste pour la rentabilité et l'image ! Mieux vaut donc garder le prix habituel, mais offrir un « plus », comme par exemple :

- Une séance diagnostic expert gratuite, sans engagement d'achat,
- Une séance supplémentaire offerte,

- Un mini-soin qui complète les premières séances offert, pour le faire découvrir et donner envie de l'intégrer en version payante par la suite,
- Un produit cosmétique offert, pour montrer l'importance d'utiliser en complément des produits cosmétiques à la maison et inciter au réachat avant la fin de l'abonnement.

- **Donner un nom qui rappelle la bonne résolution prise par la clientèle :**
« objectif : silhouette parfaite... », « objectif : du temps pour moi » ...

- **Donner de la souplesse :** sur la durée de l'abonnement, les modalités de règlement.

- **Agir vite.**

En ces premiers jours de l'année, les bonnes résolutions paraissent prioritaires ; mi-janvier, elles commencent déjà à être moins présentes à l'esprit ; à la fin du mois, elles restent sur la liste des choses à faire... un jour !

La bonne stratégie consiste donc à :

- Se concentrer sur la période où les envies sont les plus fortes,
- Lancer la campagne dès les premiers jours de janvier,
- Amplifier la communication sur tous les supports, afin de convertir un maximum de personnes : sur le lieu de vente, sur le site internet, via les réseaux sociaux...

Opportunité N°2 : le grand Froid.

Traditionnellement, en janvier, le climat devient plus rigoureux : le froid opère régulièrement des offensives, le vent souffle, l'air est frais et sec, les écarts de température sont plus marqués.

Ces conditions climatiques ne sont pas sans incidences sur le fonctionnement cutané : la production de sébum diminue, le film hydrolipidique est fragilisé et son rôle de barrière protectrice est altéré. Aussi est-il fréquent que la peau réagisse : rougeurs, craquellements, irritations, démangeaisons s'installent et procurent – au mieux – une impression d'inconfort.

Pas question de laisser vos clientes avec une peau de crocodile alors qu'elles ont envie d'une peau de pêche ! Pas question non plus de les laisser demander conseil à d'autres

professionnels que vous ! L'hiver a créé chez elles un besoin de protection et d'hydratation... C'est désormais à vous qu'il revient d'y répondre !

Les services et produits à mettre en valeur.

Les prestations qui ciblent les parties du corps les plus exposées aux rigueurs climatiques à savoir :

- Les soins du visage favorisant la protection et l'hydratation.
- Les soins sur les zones fragiles : contour des yeux, contour des lèvres.
- Les soins des mains et des pieds.

Les produits cosmétiques associés pour le rituel soin à la maison, avec une préférence pour les soins spécifiques : masque, crème de nuit, sérum, huile sèche pour le corps...

Quelques bonnes astuces pour encore booster l'opportunité.

- **Prévenir plutôt que guérir.**

Lorsque la peau est agressée en hiver, la clientèle se tourne facilement vers les pharmacies et parapharmacies.

Pour l'esthéticienne, il reste cependant une alternative toute simple : intervenir avant que la peau ne soit agressée et miser en priorité sur la prévention. Vous pouvez alors :

- Sensibiliser la clientèle aux méfaits de la saison pour la peau.
- Mettre en valeur les solutions que vous proposez avant les grandes offensives du froid.
- Eduquer sur le fait que, durant toute cette période hivernale, l'hydratation est encore plus que d'habitude un combat de tous les jours... et que cela passe irrémédiablement par un rituel beauté très rigoureux.
- Parsemer votre discours de conseils pratiques, trucs et astuces (éviter l'eau chaude...).

- **Mettre les prestations en mode hiver.**

En plus du protocole habituel, il est possible d'intégrer dans vos prestations des éléments connus pour leurs bienfaits sur la nutrition et l'hydratation : un masque chauffant pour améliorer la pénétration des principes actifs, un modelage avec des huiles végétales... Concentrez-vous alors sur celles qui possèdent une haute concentration en acides gras : le sacha inchi qui affiche une concentration inégalée en oméga 3, 6 et 9, ou les plus classiques, mais néanmoins efficaces, comme le germe de blé, le sésame, l'argan, pour ne citer que quelques exemples.

- **Proposer des options complémentaires express.**

Un masque pour les lèvres, ou pour les mains, à prix attractif, pendant que la cliente reçoit un soin visage, peut être un moyen de mieux satisfaire ses besoins et d'augmenter la rentabilité du soin.

- **Surveiller la météo.**

Une vague de grand froid arrive ? C'est le moment de faire preuve d'audace et de lancer une opération flash. Il suffit d'afficher, à l'extérieur de l'institut ou sur votre vitrine, la température du jour, avec un message selon lequel il est urgent de prendre soin de sa peau dans un tel contexte.

Associez, en complément, un soin express visage, ciblé hydratation/protection, ou un kit de produits à des prix attractifs. Relayez ensuite le message par un e-mail ou un envoi de SMS auprès de votre fichier clients et par un post sur votre page Facebook pour une diffusion « virale » de l'information.

- **Aménager un rayon éphémère grand froid.**

C'est le moment idéal pour bousculer l'organisation habituelle de votre espace vente et regrouper en un seul endroit la panoplie complète de ce qu'il faut comme produits cosmétiques pour affronter l'hiver avec une belle mise en scène et des fiches conseils. Cette mise en valeur éphémère suscite d'abord la curiosité, puis l'intérêt, des envies... et des ventes spontanées !

Opportunité N°3 : le blues hivernal.

Selon une étude, 81 % des Français se déclarent « déprimés par l'hiver ». Beaucoup de personnes évoquent alors un état de fatigue et une grosse baisse de motivation et d'entrain. Le spleen hivernal n'est donc pas qu'un mythe ! Il ne faut pas oublier que la chaleur et la lumière naturelle conditionnent les rythmes biologiques, régulent l'humeur, et stimulent les fonctions cérébrales. Inutile de dire qu'en cette période, ces principales sources d'énergie et de bien-être nous font cruellement défaut !

Il existe pourtant un côté positif à tout cela ! Les frustrations et les manques sont capables de créer des envies.

En vendant du plaisir à vos clientes, vous mettez toutes les chances de votre côté et vous vous offrez de nouvelles perspectives !

Les services et produits à mettre en valeur.

- Le massage comme arme « anti-morosité »
- L'aromathérapie et les fleurs de Bach
- Toutes les prestations associées à de la chaleur : hammam, sauna, pierres chaudes, enveloppement corporel chauffant
- La luminothérapie...

Quelques bonnes astuces pour encore booster l'opportunité.

- **Multiplier les attentions.**

Les petites attentions inattendues savent rendre le sourire aux clientes : personnalisation de l'accueil, de la cabine, du soin...

Lorsqu'il fait froid, la tisane, le thé – voire un chocolat – sont davantage appréciés au moment de l'accueil qu'en fin de soin. Accompagnez la boisson de quelques super-fruits, comme du goji, des cranberries, des baies d'açaï... En cette période, tout le monde a besoin de faire le plein de vitamines et d'anti-oxydants !

- **Multiplier les sensations de chaleur.**

Serviettes, pierres, huiles de massage, bougies, réconfortent le corps et l'esprit lorsqu'elles dégagent de la chaleur ! A utiliser sans modération l'hiver !

- **Communiquer.**

L'esprit cocooning est souvent associé à l'institut et au spa, mais en cette période, il est utile de le rappeler plus que jamais. Sur ce point, une image est souvent beaucoup plus parlante que des mots. C'est le moment de prendre en photo un « détail » associé à votre plan anti-déprime et de le diffuser sur vos supports de communication, comme Facebook et Instagram, avec à chaque fois des hashtags appropriés.

Save the dates : les meilleures dates de janvier pour animer l'institut !

1 er janvier : Jour de l'an / Journée Mondiale de la Paix.

Il convient évidemment de respecter la tradition et de souhaiter ses bons vœux à la clientèle, en soignant le texte et la mise en page. Programmez donc vos messages de façon à ce qu'ils arrivent parmi les premiers.

6 janvier : Epiphanie.

Même si le jour exact tombe un dimanche en 2019, rien ne vous empêche de profiter de cette fête pour créer, le lendemain, un moment convivial avec la clientèle. Vous pouvez alors :

- Revisiter la tradition d'offrir quelque chose : un cadeau offert aux personnes qui prennent rendez-vous, une attention particulière, une gourmandise, une boisson bien-être...
- Mettre en place une animation VIP destinée aux meilleures clientes de l'institut, avec la traditionnelle « galette » et pourquoi pas, un cadeau beauté-bien-être pour la personne qui trouve la fève.

Du 9 janvier au 19 février : les Soldes d'hiver.

Du 2 janvier au 12 février en Meurthe-et-Moselle, Meuse, Moselle et Vosges.

Pour que les adeptes de « bonnes affaires » ne délaissent pas votre institut, vous pouvez :

- Mettre en place une opération « déstockage » sur les produits cosmétiques qui dorment sur les étagères depuis trop longtemps, avec une remise qui augmente en fonction du nombre d'articles achetés.
- Accorder une remise sur des prestations qui ne demandent pas de main d'œuvre : UV, pass Sauna Hammam, appareils en mains libres...
- Faire une remise ponctuelle sur certains soins manuels, uniquement les jours de faible affluence.
- Proposer une offre temporaire « Relaxée après les soldes », avec une prestation express, adaptée au contexte, à un prix attractif : modelage jambes et pieds, massage assis...

21 janvier : Journée Mondiale des Câlines.

Même si l'intitulé peut prêter à sourire, cette journée possède un message caché : elle met en avant les bienfaits thérapeutiques du toucher et du contact humain. Elle peut donc s'adapter à votre activité et ce, même si vous n'appliquez pas le principe de cette journée à la lettre : serrer dans vos bras toutes les personnes que vous rencontrez !

Vous pouvez, en revanche, faire passer un message, selon lequel l'institut est l'endroit idéal pour passer une journée réconfortante, comme un câlin, publier une belle citation ou faire une offre flash.

21 janvier : Blue Monday.

Fin du week-end, températures froides, voire glaciales, absence de soleil, dettes post-fêtes de fin d'année, prochain salaire dans quinze jours, pas de vacances prévues, bonnes résolutions déjà échouées... Ce troisième lundi du mois de janvier est censé être la pire journée de l'année ! En adoptant un ton humoristique, vous pouvez inciter votre clientèle à rompre la malédiction en venant à l'institut... d'autant plus que cette année, le Blue Monday tombe le même jour que la journée des câlines et que vous pouvez combiner ces deux événements !