

FORMATION SPA MANAGER



Selon les choix opérés parmi les Modules suivants : de 1 à 4 jrs de 7 heures

Possibilité de privilégier et développer certains de ces modules et d'évoquer certains autres plus rapidement, en guise de «rappels des fondamentaux ».

FORMATION SPA MANAGER

Il s'agit d'une formation:

- **sur mesure, au plus près de vos attentes et de besoins de vos équipes**
- **dans votre établissement, selon vos horaires,**
- **opérationnelle et participative (nous travaillons sur des cas concrets pour augmenter votre CA, travailler les bonnes phrases, les justes attitudes...)**

Je gère les formalités Fafih pour vous

- **je prépare le dossier, accord fafih sous 15 jrs et valable 1 an,**
- **ainsi les dates peuvent être décidées, ajustées ensemble une fois l'accord fafih reçu**

Processus pédagogique :

- **Audit préalable de l'existant**
- **Temps en immersion, observation, suivi d'un entretien avec vous**
- **Élaboration d'un programme sur-mesure, que vous validez / debriefing réguliers pendant la mission puis debriefing global final**
- **Plan action personnalisé pour chaque stagiaire**
- **Envoi d'une synthèse de la mission à J + 5 (pour harmoniser en cas de recrutement futur, pour des rappels ...)**
- **Envoi d'une codification si des process ont été mis en place**
- **Suivi à 3 et 6 mois de vos équipes pour conforter les acquis**

*Plus que de la Formation:
du Conseil Stratégique et du Conseil en Développement.*

Objectifs et Préambule:

- La culture, le marché du bien-être et la place du SPA
- Le message à transmettre aux clients
- Attitudes, ton de la voix, rythme, gestuelle, vocabulaire ...
- Créer une relation et une attitude propre au lâcher prise (coté équipe et côté clients)
- Optimiser le développement du Spa, développer son CA
- Gérer le Spa comme un véritable centre de profit
- Savoir argumenter et vendre ses produits et prestations en « bénéfice client »
- Jouer plusieurs rôles simultanément : manager, gérer, coacher, organiser , participer aux soins...
- Développer son vocabulaire orienté « plaisir » / « bien être »

Les + :

Jeux de rôle (ex : sur les différentes phases de l'accueil, de la vente et de l'enchaînement des ventes, les situations délicates ...)

Établir une procédure d'argumentation par produit et par prestation de la marque

Prise de conscience par vos équipes de vos enjeux

Implication Stratégique : Quelle est la bonne procédure de vente en Spa ? A quel moment présenter ses offres et comment pour être assuré de vendre ses produits ? ...

Plan d'action individuel pour chaque participant ainsi qu'une check liste des phases et tâches à effectuer pour une mise en application immédiate.

Module: Gestion opérationnelle du Spa.

- Gérer la planification des soins.
- Veiller au respect du protocole de soin et au bon déroulement de la réalisation des soins
- Gérer les relations avec les fournisseurs
- Organiser, prioriser, déléguer, gérer un brief et des réunions d'exploitation
- Établir le planning de travail des équipes
- Procéder aux entretiens annuels d'évaluation
- Anticiper et gérer le planning des réservations
- Traiter les appels téléphoniques
- Accomplir les formalités d'inscription (enregistrement du client, encaissement des notes...)
- Assurer le suivi client tout au long de sa journée détente
- Élaborer et contrôler l'application des standards de qualité
- Conseiller les clients dans le choix des prestations proposées
- Créer de nouveaux soins corporels et promouvoir la vente des produits de beauté
- Suivre ses membres, clients fidèles
- Développer des partenariats
- Promouvoir son Spa
- S'informer de la concurrence (soins proposés, tarifs, avis clients, nouveautés ...)
- Politique tarifaire
- Gérer les éventuels litiges clients

Module: Management du personnel

- Implication du personnel et fidélisation
- Comment gérer une séance de soin Spa de A à Z
- Manager et dynamiser une équipe,
- Organiser et rentabiliser les plannings,
- Optimiser le relationnel, la communication, le marketing,
- Rentabiliser l'espace,
- Augmenter la fréquentation et le CA
- Motiver son équipe
- Attitude et Perception : importance de l'attitude et perception positive / négative
- La motivation / La pyramide des besoins
- Les facteurs de motivation / Les raisons de démotivation
- La délégation : les freins à la délégation / Pourquoi déléguer ? / A qui déléguer ? / Comment
- Former son équipe
- Évaluation de l'équipe
- L'ambiance de travail
- Évaluation/gestion des compétences individuelles
- Les bases du coaching d'équipe
- Différence entre le comment et le pourquoi : le miroir bienveillant
- Feedback négatif: redresser les erreurs sans démotiver / Feedback positif motivation
- La gestion par objectifs : la définition des objectifs de groupe
- La définition des objectifs individuels : le suivi des objectifs
- Analyse de cas concrets
- Le jeu du «je »

Module: Marketing et Communication adapté au monde du SPA

Comprendre la concurrence, les soins, les produits et les services
Savoir analyser sa propre clientèle
Choix stratégiques de positionnement des produits et prestations
Cibler une nouvelle clientèle, étendre sa clientèle
Mise en place de plans d'action
Philosophie du Spa et codes de conduite
Savoir accueillir la cliente en fonction du lieu et de ses besoins
Comment faire évoluer le Spa en fonction des tendances

Module: Augmenter ses ventes au SPA

- Connaissance des produits du Spa et leur positionnement sur le marché
- Connaissance de la carte des soins
- Identification des besoins de la clientèle
- Conditions optimales requises pour la vente de produits et de services
- Fidélisation de la clientèle
- Gestion des marques, des stocks et négociations
- Sketches d'accueil et de vente - La prise en charge de la clientèle
- Ventes additionnelles & up selling (vendre des produits plus chers ou à plus forte marge)
- Le comportement du consommateur – le merchandising – le marketing direct
- Notions de psychologie – Notions de morphopsychologie
- Comment enchaîner la vente après un soin ?
- Comment enchaîner les ventes produits et prestations ?
- Avantages et argumentaires : savoir présenter ses offres
- Teasing orienté vers l'interlocuteur / Réponses aux objections / Pourquoi une objection?
- Que faire face à l'objection ?
- Conclusion de la vente : les conditions pour conclure
- Les feux verts : conclusion active / validation gestuelle
- Conclusion de la visite
- Conforter la vente / Rassurer la cliente
- Mieux fidéliser / Rappel des prestations / Visite des lieux / VIP
- Actions de fidélisation
- Les attentes de la consommatrice en Spa
- Le service : un 6ème sens
- Règles d'or au téléphone : le langage approprié
- Règles d'or face aux clientes
- Préparation : personnel, point de vente, produits, cabines, fiches cliente, ordonnance beauté
- L'accueil de la consommatrice : le bonjour adapté, les bonnes attentions
- Établir un climat de confiance : Orientation / Découverte (recherche des besoins)
- Maîtrise des questions: ouvertes, fermées, alternatives de faits, d'opinions, de changement de ricochet, de retour, de confirmation,
- Savoir déterminer les véritables motivations de votre cliente
- Quelle est la quête de la consommatrice en Spa ?
- Que vient chercher une cliente dans votre Spa ?
- Quels sont les moyens à votre disposition pour obtenir ces informations ?

Module: Personnaliser sa relation client /accueillir en VIP en Spa.

- Maîtriser l'enchaînement des ventes prestations-produits et produits-prestations afin d'améliorer son panier moyen.
- Établir une procédure d'argumentation par produit et par prestation de la marque.
- Qui est le client d'hôtel et de Spa ?
- Les véritables motivations du 'client Luxe'
- État d'esprit du 'client Luxe' / Les attentes du 'client Luxe'
- Comment accueillir le client Luxe au Spa ?
- Check-In - Eye contact
- Le langage non verbal Sourire Attitude
- Règles d'or au téléphone
- Règles d'or face au 'client Luxe'
- Le langage approprié à l'univers du Luxe
- Le comportement adapté à l'univers du Luxe
- Présentation des offres (Spa, bar, etc)
- Comment bien cerner sa demande ?
- Recherche de la demande de votre client
- Maîtrise des questions:ouvertes, fermées, alternatives de faits, d'opinions, de changement de ricochet, de retour, de confirmation,
- Maîtriser le langage du Luxe (formule) et du plaisir (comment choyer)
- Comment gérer sa demande ?
- Reformulation / Acquiescement
- Comment s'approprier son problème ?
- Validation / Rassurer / Confirmer

Module Pratique: « faire face aux difficultés du quotidien »

- Gérer les erreurs de planning
- Comment gérer les clients exigeants ?
- Savoir faire patienter
- Savoir faire : avoir de l'empathie
- Savoir prendre des initiatives
- Savoir dire non de façon positive
- Préparation, mise en place Check-Out
- Gestion du départ
- Formules d'au revoir et de Fidélisation
- Gérer les mécontents, les clients délicats, les attitudes inconvenantes
- Les problèmes de retard (des clients, ou des praticiens)
- Savoir évoquer le prix, tenir ses prix, être fier de ses prix
- Répartition des rôles / Protocole / relation « intra équipe » du spa (qui fait le lien, avec les soins en cabine, l'accompagnement, qui reprend les éléments pertinents pour vendre les produits, qui finalise la vente, fidéliser...)
- ...

Synaptik - SSII Jym Développement & AV CONSEIL
9, rue Mougel BEY - 88250 LA BRESSE
Tél : 03 29 25 74 52

www.av-conseil.fr
contact@av-conseil.fr

Responsable Formation : Aurélie Viry / aurelie@av-conseil.fr /
06 79 64 94 78

N° Siret : 491256053000 19

Numéro de déclaration d'organisme de formation : 41 88 00972 88
Numéro Fafih : 23055