



COMMENT VENDRE DU MAQUILLAGE EN INSTITUT ?

par Laure JEANDEMANGE.

Vous aimez le maquillage, vous savez maquiller et vous vendez même du maquillage dans votre institut, oui, mais si peu. Elisabeth Nado, esthéticienne, maquilleuse professionnelle et directrice d'Excellence Touch' Training vous explique comment transformer le maquillage en véritable valeur ajoutée pour votre institut.

LE CHOIX DE LA MARQUE DE MAQUILLAGE

Déjà, à la base, ne vous trompez pas sur le choix de la marque de maquillage que vous allez vendre en institut. Choisissez une marque que vous appréciez et qui correspond aux attentes de vos clientes. C'est humain, on vend plus facilement ce que l'on aime. Mais ce n'est pas parce vous êtes fan d'une marque ou d'une gamme de produits que cela correspondra aux attentes de vos clientes. Nombreuses sont les esthéticiennes qui choisissent leur marque de maquillage uniquement en fonction de leurs goûts à elles. Résultat : elles ne vendent pas parce qu'elles ont du mal à l'adapter. Inversement, si la marque correspond uniquement à vos clientes mais qu'elle ne vous plaît pas du tout, là aussi vous aurez du mal à la vendre. Il s'agit donc de trouver un compromis entre les deux : vous et vos clientes.

En fonction de l'endroit où vous êtes installée

Une marque comme Couleur Caramel s'adapte assez facilement que vous soyez en ville où à la campagne les couleurs et les textures sont des basics et s'adaptent facilement, alors que d'autres sont très marquées au niveau des tendances. Certaines marques ne conviennent pas à tout le monde.

En fonction de l'ethnie de votre clientèle

Si votre clientèle se compose de femmes à la peau noire, métisse, asiatique, vous aurez besoin d'autre chose qu'uniquement des produits pour les Caucasiens.

En fonction des conditions météorologiques

Si vous êtes installée en rase campagne avec des agricultrices, vous aurez besoin de produits très couvrants. En revanche, si vous habitez sur la Côte d'Azur avec des clientes qui sont beaucoup au soleil, elles auront besoin de textures plus hydratantes et apprécieront de porter des couleurs plus flashy, des paillettes et coller à la tendance.

En fonction des conditions commerciales

Il est important d'avoir une visibilité claire sur l'état de votre stock. Souvent les esthéticiennes ne rangent pas très bien leur stock. Elles ont le rouge à lèvres que leur cliente souhaite, mais n'en connaissent pas la référence et de toute façon, elles en ont tellement qu'elles ne savent plus où il est rangé. Soyez en parfait accord avec la marque pour ne pas vous sur-stocker. Si tous les trois mois, de nouvelles références apparaissent mais que votre stock de maquillage ne tourne pas suffisamment, vous allez rapidement vous retrouver avec un nombre incalculable de références sur les bras que vous n'arriverez jamais à écouler. Ce n'est pas au mois d'août que vous vendrez les produits de l'hiver passé !

Tout doit être transparent, vous devez être au courant en amont de toutes les nouveautés qu'il y aura au cours de l'année.

Certaines marques vous donnent le choix dans leur gamme de maquillage, d'autres vous imposent le stock complet avec le présentoir. Lorsqu'il s'agit de produits basiques que vous pouvez vendre quelle que soit la saison, pas de problème. En revanche, lorsqu'il s'agit d'une collection one shot et de produits éphémères, ce n'est plus la même histoire. Une fois vos placards débordants de paillettes et d'eye liner turquoise hyper à la mode maintenant, pourrez-vous certifier que la tendance sera toujours la même six mois plus tard ? Au risque de vous retrouver avec de l'ombre à paupières verte jusqu'au plafond, négociez qu'à la fin de la période estivale, si le stock de produits éphémères n'est pas totalement écoulé, que la marque les reprenne ou vous les échange contre d'autres produits de références éphémères. Concrètement, vous échangez des références de la ligne éphémère de l'été contre la nouvelle collection éphémère de Noël. Attention, c'est en amont qu'il faut négocier tout cela et pas lorsque vous avez signé les contrats, car là, tout est terminé.

DU MAQUILLAGE, OUI, MAIS DU MAQUILLAGE QUE VOUS CONNAISSEZ

Certaines esthéticiennes sont attirées par une marque de maquillage, et point. Elles n'ont pas testé les matières, les textures. En maquillage, vous pouvez modifier la texture d'un rouge à lèvres avec un gloss, un crayon, pour le vendre à votre cliente comme une autre référence. Prenons un exemple : Madame X entre dans votre institut à la recherche de sa référence de rouge à lèvres. Problème, il est en rupture de stock. Pas question de lui dire : «C'est en rupture de stock, revenez dans trois semaines». Faites essayer à votre cliente une autre référence de rouge à lèvres avec un crayon →





au-dessous pour obtenir la même nuance. Alors oui, au final, elle va payer plus cher son rouge à lèvres et son crayon, mais montrez-lui l'intérêt de cet achat. Elle pourra porter le crayon avec son rouge à lèvres, seul, ou avec un produit de soin pour les lèvres qu'elle possède déjà, et du coup elle bénéficie de deux résultats pour un seul produit ! D'emblée, devancez l'objection de votre cliente sur le prix en lui disant : «Et en plus, le crayon vous servira pour...».

Souvent l'esthéticienne est pétrifiée lorsque la cliente choisit une référence rose sur le présentoir et que sur ses lèvres le rendu n'est pas du tout le même. Une brune avec les lèvres légèrement pigmentées n'aura pas le même rendu rose sur sa bouche que le rose du rouge à lèvres. Il sera rose mais tirera légèrement sur le violette ou sur l'orange si ce n'est pas un rose flashy. Il est donc essentiel que vous ayez testé toutes les couleurs et toutes les matières pour savoir que ce rouge à lèvres là une fois posé donnera telle ou telle nuance. Votre cliente choisit donc le rouge à lèvres du présentoir. Elle l'essaye sur sa main, demandez-lui si c'est bien la couleur qui est sur sa main qu'elle souhaite voir sur sa bouche. À sa réponse affirmative répondez : «Ce n'est pas cette référence qu'il vous faut mais plutôt celle-là qui est légèrement plus claire mais comme vos lèvres sont légèrement pigmentées, vous obtiendrez le bon résultat». Testez les matières, les textures, c'est de l'entraînement, c'est ainsi que vous connaîtrez vos produits.

Prenons un autre exemple : une cliente a acheté du fard à paupières, elle ne l'a pas testé dans votre institut. Chez elle, elle réalise que ça ne lui convient pas. Elle revient donc en disant : «C'est trop clair, je ne peux pas m'en servir, je ne suis pas contente». Apprenez à votre cliente à détourner le produit, prouvez-lui à quel point cette ombre à paupières ne sert pas à rien, au contraire. Demandez à votre cliente de venir avec sa trousse de maquillage, montrez-lui qu'avec les couleurs qu'elle a déjà, cette dernière ombre à paupières, qui, au départ n'était pas à son goût, va lui apporter de la lumière si elle insiste en plus avec un mascara et un crayon.

Testez, testez, testez...

Passez donc du temps devant votre présentoir à tester, tester, tester et pas forcément sur votre visage mais aussi sur vos mains pour bien maîtriser vos produits. Il faut aussi vous entraîner, car il n'y a pas de secret, le maquillage est une matière, si vous ne vous entraînez pas, vous ne serez jamais une bonne maquilleuse. Avant d'obtenir le diplôme chez Excellence Touch' Training, les

élèves doivent acquérir 200 heures de pratique, soit la réalisation de 200 maquillages. Elles maquillent qui elles veulent, les membres de leur famille, leurs amies, mais 200 fois en prenant une photo avant et une autre après ! Et déjà entre la première et la vingtième fois, le rendu n'a strictement plus rien à voir.

Mélangez

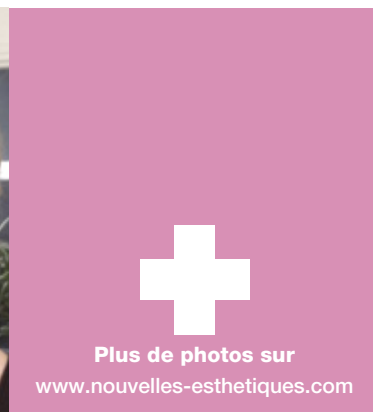
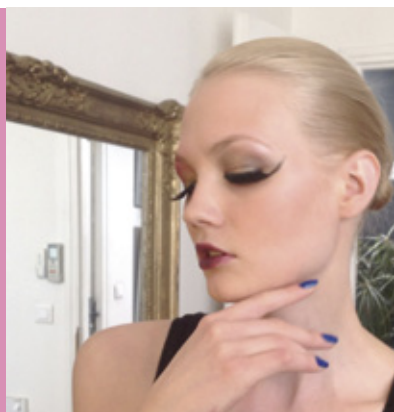
N'oubliez pas que les produits de maquillage sont des produits que vous pouvez mélanger. Ce n'est pas parce que votre cliente arrive maquillée que vous devez forcément la démaquiller. Un maquillage, ce n'est pas comme un soin où il faut passer par la phase démaquillage, gommage, etc. Il n'y a pas de règles, c'est beaucoup plus ludique. Vous pouvez mélanger une crème de soin avec un anti-cernes. Même si votre cliente s'est poudrée, vous pouvez lui refaire son teint, ce n'est pas un souci. Sans la démaquiller, corrigez-lui juste le teint avec de l'anti-cernes, un pinceau touche-éclat pour corriger les zones où ça ne va pas. Certains endroits comme les pommettes peuvent être un petit peu saillantes. Avec une éponge, mixez du fond de teint avec une crème de soin pour éviter la moindre épaisseur et/ou démarcation.

**Sans
entraînement,
vous
ne serez
jamais
une bonne
maquilleuse.**

LES RÉUNIONS THÉMATIQUES

Les réunions à domicile, genre Tupperware, sont très tendances en ce moment. Pourquoi ne pas imaginer développer ce genre de réunions, au cours de soirées ou les jours de fermeture de votre institut, autour d'une thématique maquillage ? Choisissez vos thèmes en fonction de vos clientes : une soirée pour les brunes, une soirée pour les blondes, une soirée pour les peaux noires et métissées... Le thème peut être une problématique : «Je rêve de lèvres ourlées», «Mon rouge à lèvres ne tient jamais», «J'ai des cernes et pas de solution»...

Pour la soirée sur le maquillage pour les clientes blondes, sollicitez toutes les blondes de votre fichier. Invitez-les en leur demandant de venir chacune accompagnée d'une autre blonde. Ainsi, vous augmentez votre fichier clientes tout en faisant plaisir à vos anciennes clientes. Organisez un petit cocktail. L'idée est que ce soit convivial. Soyez pro sur l'explication et donnez beaucoup de détails. Un point important : lorsque vous procédez à une démonstration, faites une démo flash, sinon la cliente va garder en tête que c'est très bien mais que ça a quand même duré 30 minutes ! Prenez le temps pour les explications mais lorsqu'il s'agit de la pratique, il faut que ça dure 7 minutes grand maximum.



Atelier «trousse make-up»

Invitez vos clientes en leur demandant d'apporter leur trousse de maquillage. L'idée première n'est pas de leur vendre des produits mais de leur expliquer comment utiliser les produits qu'elles ont déjà en leur possession. Bien entendu, si vous constatez que vos clientes utilisent le même mascara tout sec depuis plusieurs mois, signifiez-leur qu'il sera compliqué d'obtenir un beau résultat avec cette relique.

Au cours de cet atelier, donnez des trucs, astuces, des codes à vos clientes pour qu'elles aiment le maquillage et qu'elles aient envie de compléter leur trousse avec d'autres produits tout au long de l'année. Le but final est de vendre des produits mais surtout ne chargez pas leur note le jour de l'animation, montrez plutôt comment un rouge à lèvres peut servir de fard à joues, comment s'applique une terre de soleil, à quoi sert un blush... Le désir grandira en elles et elles reviendront.

Cette animation «trousse make-up» fonctionne très bien. Les femmes se déplacent, ce n'est pas facturé et il y a à boire et à manger. Pour les premiers événements, faites venir des complices, des amies pour avoir un peu de monde et pour que vous soyez à l'aise. Malgré l'investissement pour communiquer aux clientes de votre fichier et le petit cocktail, cela reste une opération rentable. Mais tout dépend de vous, soyez assez fine pour communiquer : donnez l'envie sans donner l'impression à vos clientes que si elles se déplacent elles seront piégées. Elles doivent se sentir valorisées parce qu'elles ont été invitées à une soirée chez leur esthéticienne qui va leur donner des trucs et astuces. Elles seront reparties sans se sentir obligées d'acheter quoique ce soit. Et ça va forcément déclencher l'envie. En rentrant chez elles, elles regretteront de ne pas avoir acheté tel ou tel produit dont vous leur avez parlé.

Les opérations flashes

Par exemple, lors d'un inventaire, vous constatez que vous avez un stock de rouges à lèvres, de crayon et de gloss impressionnant, vous n'allez jamais vous en sortir. C'est simple : toutes les clientes qui pénètrent chez vous doivent ressortir avec du rouge à lèvres sur leur bouche. Et là, votre stock va s'effondrer !

POURQUOI ACHETER SON MAQUILLAGE EN INSTITUT ?

À la question : «Mais qui va empêcher ma cliente d'aller acheter un produit identique à celui dont je lui ai parlé chez Séphora ?». Voici la réponse d'Elisabeth Nado : «Quel est l'intérêt pour votre cliente d'aller chez Séphora, elle n'aura pas le conseil et pas la même marque !» Mettez en avant la marque que vous vendez et qui se trouve chez vous. Certaines clientes peuvent penser qu'en institut il n'y a que des marques inconnues et préfèrent une marque de renom qu'elles trouvent n'importe où. Expliquez bien que le grand avantage des marques instituts qui proposent du maquillage, c'est l'expertise soin différente des autres produits. Le maquillage vendu en institut n'est pas juste un produit de surface, il y a tout un côté soin. Vous vendez du maquillage soin !

Les animations «trousse make-up» fonctionnent très bien.

MAQUILLENZ 100 % DE VOS CLIENTES

Rares sont les clientes qui se rendent en institut pour un maquillage ou alors pour un maquillage mariée. La raison est simple, vous n'avez pas le réflexe maquillage ! Il est donc important que vous ayez conscience que le maquillage peut vous permettre de réaliser un bon business. Les

esthéticiennes le reconnaissent, en cabine, si elles parlent produit, il s'agira d'un produit de soin visage, d'une crème de nuit, d'un démaquillant ou encore d'un produit pour le corps comme un gommage mais elles ne parlent pas maquillage et c'est bien dommage.

Chaque cliente qui pénètre dans votre institut, que ce soit pour une épilation, un soin visage ou un modelage, devrait ressortir maquillée et ce, même lorsqu'elle vient juste pour prendre un rendez-vous. Exemple : une cliente pénètre dans votre institut pour prendre rendez-vous pour un soin visage en disant «J'ai un teint terne en ce moment, j'ai besoin d'un soin qui m'apporte de l'hydratation et de l'éclat, je souhaiterais prendre rendez-vous». Répondez : «Très bien, Madame, je vous propose tel jour à telle heure, mais en attendant, pour le reste de votre journée, je vais vous appliquer un blush». Votre cliente a un teint terne, réglez ponctuellement son problème avec le blush, le soin cabine va lui apporter un résultat à plus long terme. Ne laissez pas le choix à votre cliente. «Je vais vous appliquer un blush pour être moins «terne» comme vous dites pour le reste de votre journée». Et si elle





«rétorque qu'elle n'a pas le temps, enchaînez : «Ca ne prend que trente secondes». Elle ne refusera jamais. Mais si vous vous dites que vous n'avez pas le temps, que vous allez devoir chercher vos pinceaux, les désinfecter, chercher le bon produit, l'appliquer... Si rien n'est prêt, si vous n'êtes pas organisée, si vous ne donnez pas l'élan, c'est certain que vous n'allez pas susciter l'envie, votre cliente va se dire que c'est trop long et elle aura bien raison. Idem, lorsque votre cliente se plaint du mauvais temps et aimerait partir au soleil, répondez-lui : «Vous avez raison, ce matin j'ai mis de la terre de soleil parce que je n'en pouvais plus moi aussi de ce temps. La terre de soleil, c'est formidable, à condition de l'appliquer correctement». Lorsque les clientes utilisent une terre de soleil, elles la placent sur le centre du visage et l'étalent comme elles peuvent, forcément ça ne leur convient pas. L'idée est de leur donner une astuce pour obtenir le résultat souhaité en quelques secondes seulement. Il ne s'agit pas de remaquiller totalement votre cliente si elle n'a pas le temps, mais appliquer un blush, une terre de soleil ou un gloss ça prend moins de trente secondes !

Maquillez après un soin visage

Chaque fois qu'une cliente passe entre vos mains, maquillez-là, même après un soin visage. Car aujourd'hui les produits de maquillage n'obstruent plus les pores. La crème de jour fait barrière. La peau a été travaillée, hydratée, mais même si le maquillage n'altère pas votre soin, il risque fort de déranger votre cliente malgré tout. Alors, proposez-lui un maquillage extrêmement subtil. Après le soin du visage, terminez systématiquement par une mise en beauté rapide, sans même demander l'avis de votre cliente. C'est une mise en beauté éclair qui dure trente secondes et si votre cliente proteste car elle rentre chez elle se coucher, dites-lui : «Je vous applique juste un petit peu de gloss sur les lèvres, c'est en même temps un soin qui va les hydrater». Maquillez, tout le monde, tout le temps, même avec un seul produit !

En pratique, voici le déroulement : votre cliente est en cabine, si vous attendez dehors qu'elle remette son manteau, c'est loupé pour le maquillage. Il faut donc que, dès l'arrivée de votre cliente, vous prépariez un petit kit de maquillage pour la fin de votre soin ou alors que vous prévoyez une petite mallette de maquillage transportable en cabine avec des produits de base : de l'anti-cernes, une poudre transparente neutre qui conviendra à toutes les carnations, un gloss, un blush, une terre de soleil et un mascara.

Maquillez après un soin corps

Après un soin corps, il est encore plus facile de proposer du maquillage. Souvent lorsqu'une cliente vient pour un soin corps c'est dans le cadre d'une cure, il se crée un lien petit à petit, votre cliente va parler, et elle va vous parler de sa peau, toujours en quête d'un bon conseil. Si elle se plaint de son visage déshydraté, dites-lui : «Je vais vous appliquer un fond de teint, vous allez voir, il est génial ; il va vous donner de l'éclat et hydrater votre peau en même temps». «J'ai l'air fatigué, j'ai les traits creusés», là aussi vous avez la réponse : «Je vais vous appliquer ce nouvel anti-cernes, il est génial, en y ajoutant un petit peu de crème de jour, ça devient un touche-lumière, c'est incroyable». Le secret est de savoir écouter votre cliente et d'en tirer les conséquences afin de lui proposer là, tout de suite La solution. Et même si votre cliente ne vous demande rien, devancez-la : «Vous êtes détendue, la peau de votre visage est relaxée, je vous fais une mise en beauté express». Si le maquillage est confortable, frais et a une bonne tenue, votre cliente appréciera.

EXCELLENCE TOUCH'TRAINING

Elisabeth Nado est esthéticienne, elle a été professeur d'esthétique, maquilleuse professionnelle pour le cinéma et le théâtre et formatrice en maquillage pro. Aujourd'hui, elle est la directrice d'Excellence Touch' Training, qui propose entre autre une formation maquillage, avec bien entendu de la vente mais aussi une formation spécifique intitulée : «Vendre du maquillage». La philosophie d'Excellence Touch' Training, c'est : «Cultiver l'excellence à tous les niveaux, à chaque instant». Excellence Touch' Training est une structure complète avec des formations à la carte en beauté et en bien-être : maquillage, valorisation de l'image professionnelle, manucurie, modelage relaxant, shiatsu, suédois, réflexologie, amma assi, crânien... Ces formations sont destinées à toutes celles qui souhaitent développer leur activité, s'initier, créer, se perfectionner.

Toute la pédagogie d'Excellence Touch' Training est basée sur la qualité du corps professoral et d'un enseignement en prise directe avec les attentes actuelles de vos clientes avec :

- la garantie d'une formation répondant aux plus hautes exigences du métier,
 - un cursus personnalisé en fonction de votre projet professionnel (entreprenariat, reconversion, perfectionnement...).
- Les modules de formation sur-mesure, adaptés à chaque contexte et à chaque milieu professionnel, vont toujours au-delà de la partie purement «technique». Tous ces modules sont pris en charge par votre organisme collecteur.

Excellence Touch' Training,
2159 av Roger Salengro, 92370 Chaville.
Tél. 01 42 08 16 01. www.excellence-training.fr

Maquillez après une épilation

Après une épilation expliquez à votre cliente : «Je viens de recevoir une nouvelle ligne de maquillage, je vous applique la nouveau mascara, la nouvelle ombre à paupières, ça ne prend que trente secondes, ça va vous donner beaucoup d'éclat, vous serez superbe pour continuer votre journée».

Les objections de votre cliente

Vous devez avoir un panel de phrases préparées à l'avance pour contrer la moindre objection de votre cliente :

- «Je n'ai pas le temps». Réponse : «Ça ne prend que 30 secondes».
- «Ça va abîmer le soin que je viens de recevoir». Réponse : «Non, c'est du maquillage institut, c'est du maquillage soin».
- «Je suis déjà maquillée, je ne veux pas me démaquiller». Réponse : «Rassurez-vous, il n'est pas question de vous démaquiller au contraire, c'est génial parce que les textures vont se fondre parfaitement l'une dans l'autre».
- «J'ai déjà la peau déshydratée, ça va me déshydrater encore plus». Réponse : «Non, au contraire, car on peut mixer ce produit avec une crème hydratante». ■