



# CHÈRES CLIENTES, continuez à faire les difficiles, ça nous fait plaisir !

Laquelle d'entre nous n'a jamais eu affaire à une cliente difficile? Vendre un produit ou un service à une cliente c'est bien, mais créer avec elle un relationnel adapté à ses attentes est le meilleur moyen pour qu'elle vous soit fidèle et vous recommande.

Voici comment fidéliser et faire de vos clientes de véritables ambassadrices.

Pour cela, il convient de répertorier les dix typologies les plus courantes et de comprendre quelle attitude adopter face à chacune d'elles.

---

 PAR CHRISTELLE TIREL, ESTHÉTICIENNE, CONSULTANTE, FORMATRICE SPÉCIALISTE SPAS HÔTELLERIE DE LUXE

# 1

## L'INDÉCISE



Elle hésite, sa conversation est lente parce qu'elle réfléchit en même temps. Elle peut changer d'avis. Sa réaction est provoquée par un sentiment de méconnaissance de vos services/produits. Elle ne connaît pas votre offre... Elle vous dit : «...Je ne sais pas, je vous laisse choisir la couleur de vernis qui me conviendra le mieux !».

### À faire

Posez-lui quelques questions vous permettant de mieux vous orienter vers ce qu'elle recherche : un produit (?), un service (?), pour elle (?), pour offrir (?)... Lorsque vous cernez ses attentes, faites-lui une proposition (choisir entre deux pourrait être difficile pour elle). Exemple : «Je vous propose lundi 5 à 17h» plutôt que : «À quel moment souhaitez-vous prendre rendez-vous ?», puis attendez un «oui» ou «non» de sa part, et, si c'est un «non», faites une nouvelle proposition jusqu'à satisfaction en ne faisant qu'une proposition à la fois.

**En un mot : soyez à l'écoute.**

# 2

## LA BAVARDE

Elle est souvent recommandée par telle ou telle amie ou alors elle vous connaît, parce que... Du coup elle parle de la pluie, du beau temps, de sa vie, de ce qu'elle aime et de ce qu'elle n'aime pas... Le danger est qu'elle est «chronophage» et, pour vous, le temps c'est de l'argent.



### À faire

Posez-lui des questions directes comme «Avez-vous besoin d'une crème de jour ?», pour que l'échange soit constructif. Une écoute active vous permettra de développer votre chiffre d'affaires car tout ce qu'elle vous dira sera une mine d'or pour que vous puissiez lui faire

des propositions centrées sur ses préoccupations. Cette cliente a un fort besoin de reconnaissance. N'hésitez pas à feindre un prochain rendez-vous pour réussir à vous en séparer.

**En un mot : soyez attentive.**

Mais comment être attentive, écouter sans que cela ne devienne chronophage ? Montrez-lui beaucoup d'intérêt (regardez-la et approuvez ce qu'elle dit) tout en la recentrant sur une discussion qui cible votre objectif. Par exemple : elle vous a dit qu'elle n'avait pas une minute à elle, il faut donc lui parler de la crème tout en un reçu la semaine dernière, c'est ce qui lui faut. Fixez les limites dès le départ, vous lui avez réservé 30 minutes pour son rendez-vous. Soyez ferme.

# 3

## LA BONNE COPINE



Elle est la cliente très sympathique, qui, sous ses faux airs, est celle qui espère vous soutirer une prestation à moindre coût, ou du moins avoir une bonne réduction. Elle vient souvent et vous couvre de compliments.

### À faire

Attention, à ne pas fraterniser trop rapidement. Si l'idée peut sembler sympathique et agréable, au départ, cette situation ne peut que se retourner contre la commerçante que vous êtes et il devient difficile de vous en sortir sans encombre. Garder une distance tout en ayant une attitude agréable et sympathique reste la méthode la plus sûre et la plus pérenne, que ce soit pour votre institut ou pour votre vie privée.

**En un mot : soyez vigilante.**

«Garder de la distance» signifie ne pas s'étendre sur sa vie personnelle. Si votre procédure est de valider la prise de rendez-vous par un règlement bancaire, faites-le (il n'y a pas de passe-droit). Tisser des liens en dehors du contexte doit être maîtrisé car on ne sait jamais jusqu'à quel point cela peut parasiter la relation professionnelle. Et si votre cliente vous tutoie ? Vous n'êtes pas obligée de l'accepter. C'est à vous de juger, selon le contexte, vous pouvez la tutoyer en retour (dans ce cas, il faut respecter un peu d'écart d'âge entre vous) soit vous continuez à la vouvoyer. Si vous n'avez pas décidé, il vous reste la stratégie du «sans tu» ni «vous». Vous direz donc : «Bonne semaine» ou «Le soin de la semaine dernière a-t-il fait son effet ?».

...

## 4

### L'EXIGEANTE

Elle veut le meilleur service/produit, quitte à payer plus si besoin. Très sûre d'elle, elle aime être impressionnée, mais exige aussi d'être satisfaite. Elle peut se montrer impatiente, voire intolérante si ses attentes ne sont pas entendues. Elle apprécie les petites attentions et aime se sentir unique et importante.

#### À faire

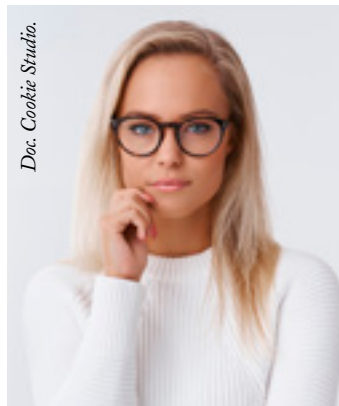
Écoutez - Comprenez - Adaptez. La qualité avant tout, même si cela peut vous prendre plus de temps que prévu. Prenez en compte tout ce qu'elle exprime, voire allez au-delà de ses attentes. Par exemple, vous constatez que votre cliente ne reste pas en place sur la table durant votre soin, demandez-lui si un coussin sous ses genoux lui apporterait plus de confort. Votre cliente arrive maquillée pour son soin visage, proposez-lui de la remaquiller à son départ. Et elle sera conquise. Pensez à la meilleure expérience client que vous ayez personnellement vécue, un meilleur service que celui auquel vous vous attendiez et au plaisir que vous avez ressenti, et faites de même.

**En un mot : soyez proactive.**

## 5

### L'EXPERTE

Elle est «Madame je sais tout». Elle a un avis tranché sur tout et a tendance à vous couper la parole. Elle pourrait même, si elle le pouvait, faire le soin à votre place. Elle est au courant des dernières techniques. C'est bien souvent une cliente prescriptrice.



Doc. Cookie Studio.

#### À faire

Entrez dans son jeu et veillez à ne pas la contredire. Donnez-lui une place encore plus importante qu'aux autres clientes. En disant par exemple : «Vous connaissez, je suis certaine que ce sera bien fait», «Vous êtes la seule personne que je connaisse à qui cela peut arriver». Cependant, expliquez-lui en détail les éléments importants de votre service/produit en vous concentrant sur l'objectif final. Cela va lui permettre de prendre

conscience de l'impact minime des détails sur lesquels elle s'attache. Si sa préoccupation est basée sur la formulation des produits, parlez en premier des composants et de leurs actions sur la peau, finalisez par les résultats car l'experte aura vite tendance à trouver des défauts inexistantes. Ce profil a un grand besoin de reconnaissance.

**En un mot : soyez conciliante.**

## 6

### LA RÂLEUSE



Doc. Tierney.

Elle aime râler, c'est un besoin excessif. Rien ne trouve véritablement grâce à ses yeux. Tout est sujet à contestation et, si vous allez dans son sens, elle vous reprochera de ne pas l'avoir fait plus tôt.

Elle ose tout et est sans filtre, ce qui pourrait parfois être blessant, mais elle a le mérite d'être franche et de dire tout haut ce que certaines pensent tout bas.

#### À faire

Patience et écoute active seront votre mot d'ordre, car elle a besoin de se sentir entendue. Une fois conquise, cette cliente, non seulement vous restera fidèle, mais, en outre, vous recommandera sans limites. Considérez son avis comme constructif (il n'y a pas de fumée sans feu). Cette cliente est précieuse, son regard critique peut vous aider à vous améliorer.

**En un mot : soyez empathique.**

## 7

### LA MALPOLIE

Elle ignore les règles du savoir-vivre. Elle passe son temps de rendez-vous au téléphone ou à envoyer ses e-mails. Elle ne voit pas pourquoi elle ne peut pas changer son rendez-vous comme bon lui semble, à la dernière minute...

Ses intentions peuvent être différentes, selon les personnes : certaines veulent juste exercer un pouvoir sur vous alors que d'autres ne se rendent même pas compte de leur attitude.



Doc. Alfi27.

...

### À faire

- Réagissez comme vous le feriez avec un enfant (expliquez-lui basiquement qu'elle n'est pas la seule cliente de l'institut...), cela fonctionne sur elle. Attention à ne pas l'infantiliser. Plutôt que de dire : «Vous n'êtes pas la seule cliente de l'institut, je ne suis pas certaine de pouvoir encore changer votre rendez-vous» dites «Je vais regarder ce que je peux faire pour déplacer votre rendez-vous mais le planning est déjà bien rempli». Adoptez un sourire et un ton courtois, faites ce que vous devez lui faire sans lui montrer votre agacement. Remerciez-la d'avoir fait appel à vos services en fin de rendez-vous, cela lui rappellera quelques règles de politesse.

**En un mot : restez cordiale.**

## 8

### LA RETARDATAIRE



Elle a toujours mille et une bonnes raisons d'être en retard. C'est celle qui n'a pas reçu votre dernier e-mail ou votre SMS de rappel de rendez-vous... Elle aime se faire désirer et veut tout contrôler.

### À faire

Vous n'avez pas vraiment le choix avec cette cliente : soit vous anticipez son retard en l'inscrivant sur l'agenda à 12h30 tout en lui indiquant 12h, soit le temps de retard est perdu pour elle, car vous ne pouvez pas vous permettre de faire attendre la prochaine cliente qui, elle, est arrivée à l'heure.

**En un mot : soyez précise.**

## 9

### L'INQUIÈTE

Elle est votre «hypochondriaque» à vous. Inquiète sur tout, elle se pose beaucoup de questions (sans réponses) et tient des propos qui vous semblent exacerbés. Elle a toujours le sentiment de se tromper, peur d'être mal servie... Elle ne va pas n'importe où, et si elle vous a choisie, c'est qu'elle s'est déjà renseignée sur vous.



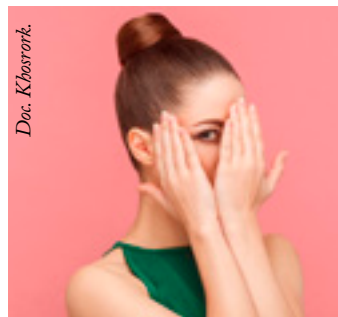
### À faire

Rassurez-la en lui rappelant vos engagements. Ayez une conversation positive et appuyez vos propos sur des références : «Cette technique est utilisée dans le domaine médical...». Faites-lui valider en cours de séance que c'est bien ce qu'elle attendait du soin. Montrez-lui que vous maîtrisez la situation. N'hésitez pas à la remercier de vous avoir fait confiance.

**En un mot : soyez sereine.**

## 10

### LA MUTIQUE



Elle acquiesce, elle est à l'écoute et ne vous bombarde pas de questions. Elle dit qu'elle est satisfaite, même si son avis est tout autre, car elle n'ose dire ce qu'elle pense. En revanche, elle n'hésitera pas à vous faire de la mau-

vaive publicité si elle repart insatisfaite. Elle est secrète, timide, elle n'aime pas parler d'elle ou n'est pas à l'aise dans cet environnement.

Ce profil est le plus dangereux de tous. L'impossibilité de savoir ce qu'elle pense est éprouvante. Elle ne dit rien, mais observe.

### À faire

Commencez par parler peu, puis mettez-vous à la recherche d'une connexion bienveillante par une communication informelle et rebondissez sur ses rares propos en la valorisant. Montrez-lui que son avis a une importance à vos yeux et que vous êtes son égale. La faire parler sur son ressenti sera la meilleure façon de connaître sa satisfaction finale.

**En un mot : soyez discrète.**

### À RETENIR

En communication, le problème vient rarement de ce qui est dit, mais le plus souvent de la façon dont cela a été dit. Il ne tient qu'à vous désormais de prendre les rênes afin de bien vous placer auprès de votre chère clientèle. **IT**