

# Vous voulez de nouvelles clientes ?

## ALORS COMMUNIQUEZ !

Une entreprise si petite soit-elle doit consacrer au minimum 10 % de son chiffre d'affaires à la communication, donc à la publicité.

La question est : par quels moyens ?

par Nicole SINET,  
Présidente de Keirama-Altheagrey

### QUELS SONT LES MEILLEURS RETOURS ?

1. Il faut que votre site soit le plus harmonieux possible.
2. Pour la clientèle existante, un texto prévenant d'une promotion ou d'un évènement comme un cours de maquillage, une consultation beauté du corps, visage ou autres évènements à créer pour apporter une dynamique au sein de l'entreprise.
3. Les flyers sont le moyen le plus économique. Ils peuvent être petits mais très percutants et pour cela il faut choisir des phrases courtes. Par exemple :
  - spécialiste de l'amincissement réussi,
  - offre découverte du 10 au 20 avril : 30 € au lieu de 60 €,
  - un appareil et une méthode de massage exceptionnels (faites une phrase courte),
  - consultation : bilan beauté-minceur, uniquement sur rendez-vous. Ajoutez une très jolie image minceur, l'adresse, le numéro de téléphone en très gros caractères,
  - découverte d'un soin rajeunissant du visage à 50 % de son prix. Résultats exceptionnels etc.



Plus le texte percute l'esprit, plus vous aurez des chances de provoquer auprès des clientes l'envie de vous connaître.

### Fréquence de la distribution des flyers

Évidemment, cela va avec votre budget ! S'il est limité, il faudra faire imprimer entre 5 000 et 10 000 flyers, cibler de jolis quartiers (toujours les mêmes) car la publicité agit sur les esprits dans le temps.

Au début, la cliente reçoit un flyer et se dit : «Tiens un nouvel institut, je ne savais pas qu'il existait, mais bon on verra, j'ai déjà mon esthéticienne».

Un mois après, elle reçoit le même flyer et selon le texte qui lui parle ou non, elle va peut-être encore le jeter comme on le fait pour la «pub» que l'on reçoit.

Un mois après, et deux mois après, et deux mois après, et ainsi de suite, il vous faut continuer sans vous laisser à prouver que vous continuez d'exister et toujours prévoir, selon les saisons, d'autres flyers avec d'autres offres concernant par exemple l'anti-âge et créer dans votre institut cette dynamique qui va faire de vous «un leader gagnant».

Et cette cliente, qui avait en premier jeté vos flyers va se dire : «J'ai des besoins et je vais aller voir si cet institut est vraiment performant». Et vous aurez gagné !

Même si vous possédez un bon fichier client, vous aurez toujours des clientes qui vont déménager ou se laisser séduire par d'autres instituts qui proposeront des nouveautés ou des offres très alléchantes et séduisantes.

### CONCLUSION

Il est très difficile de comprendre la publicité et d'arriver à se mettre dans la tête cette nécessité de la continuer envers et contre tout. Et puis, nous n'avez pas été formées pour et quand vous avez fait l'effort de distribution pendant plusieurs mois, on peut comprendre que vous trouviez cela décourageant, mais il faut persévérer. Continuez et essayez de faire ce que les autres ne font pas.

**N'oubliez jamais que vous devez être la meilleure de votre ville. Ayez de l'ambition et choisissez des soins d'excellence avec des résultats prouvés qui attachent et fidélisent votre clientèle.**

**Altheagrey**  
12, Route Nationale - 2580 Neuville St Vaast  
contact@altheagrey.com  
www.altheagrey.com