

Les informations sur le nouveau salon de coiffure « Aux ciseaux d'Ethan », pour le plan de découverte du prospect :

- **décideur** : Mélanie Barreira
- **activités** : la coiffure pour homme, femme et enfant , ensemble des soins des cheveux, esthétique et hygiénique
- **fonction** : coiffeur, visagiste
- **mode de fonctionnement** : Le salon de coiffure Aux Ciseaux d'Ethan propose des rituels de soin personnalisés René Furterer. Pour colorations et autres techniques, travail avec la marque Subtil. Salon ouvert du mardi au samedi hors jours fériés
- **adresse** : 31 r Constitution, 03300 Cusset
- **Forces** : très bons avis avec une note moyenne de 4,9/5 et 50 avis de personnes satisfaites de leur service, spécialisation dans certains domaines (colorations, soins personnalisés), fait parti du mouvement Capillum qui contribue à la protection de l'environnement
- **Faiblesses** : 11 concurrents à moins d'un kilomètre, n'informe pas sur ses prix sur sa page internet et réseaux sociaux, peu d'abonnés sur leurs réseaux sociaux (Facebook et Instagram)
- **les clients** : hommes, femmes et enfants résidant à Vichy et Cusset ou aux alentours
- **personnel** : deux salariés
- **forme juridique** : société à responsabilité limitée (SARL)
- **téléphone** : 04 70 99 63 82

Les sources que l'on peut utiliser sont les réseaux sociaux (page Facebook et Instagram) du salon, la page internet du salon, sur le site www.pagesjaunes.fr, sur le site entreprises.lefigaro.fr

Préparation matérielle :

- **fiche de prospect** : documents qui contient toutes les informations utiles sur le salon. C'est l'outil de travail principal qui permet d'avoir toutes les informations disponibles et actionnables, il facilite l'accès aux informations clés et accélérer les interactions commerciales permet un gain de performance considérable pour l'entretien. Connaître des informations sur l'annonceur contribue au bon déroulement de l'entretien.

- **documents d'accompagnement de vente**: ils permettent de montrer à l'annonceur ce que propose l'agence en terme d'offres sur les différents supports et leurs tarifs, cela permet de donner une première idée à l'annonceur sur la somme qu'il peut dépenser et donc le budget qu'il peut se déterminer. Ils permettent de se démarquer de ses concurrents grâce aux informations données que l'annonceur n'a pas besoin de chercher, certains supports peuvent permettre de garder contact avec l'annonceur en donnant ses coordonnées sur le document. Ces documents peuvent être des plaquettes, des dépliants, les tarifs, carte de visite de l'agence.

- **supports de communication fait par l'agence** : permet de montrer à l'annonceur l'efficacité du travail de l'agence, ce que l'agence peut réaliser pour l'annonceur, cela peut également permettre de créer un intérêt et un besoin pour l'annonceur en lui montrant des supports qui peuvent être bénéfique pour lui, lui montrer ce que l'agence a déjà fait pour d'autres annonceurs et le bénéfice qu'ils en ont tirés.

Ici, il peut s'agir de montrer ce qui a pu déjà être fait pour d'autres salons de coiffures et donc de lui donner envie de lui créer des supports de communication grâce à la qualité des supports et leur bénéfice.

Ces documents peuvent être des flyers, affiches, carte de visites, pages de réseaux sociaux,...

- **outils d'organisation** : prendre des outils d'organisation comme un agenda pour planifier intentionnellement leurs journées, permet d'être organisé pendant l'entretien et de se fixer une bonne date selon notre disponibilité si l'on veut revoir l'annonceur. Des outils de notes et stockage sont très importants ils permettent de récolter des informations pendant l'entretien, relire ses notes après l'entretien permet de cerner l'interlocuteur et permet aussi de voir les forces et les points positifs qui en sont ressortis et les points négatifs sur lesquels il faut travailler ou trouver une solution intermédiaire (par exemple: un problème de temps, de prix, imaginer d'autres supports si les autres ne correspondent pas,...)

- **documents commerciaux** : documents qui déterminent la relation commerciale que l'on peut avoir avec un annonceur. Leur objectif est de sécuriser et permet à l'annonceur de faire confiance à l'agence. Ces documents peuvent être des devis, des bons de commandes

- **matériel informatique** : permet de montrer à l'annonceur les logiciels sur lesquels on travaille afin de montrer l'efficacité et nos compétences de travail, l'annonceur aura plus tendance à faire confiance en travaillant avec une agence qualifiée qui dispose de divers outils et matériel et qui donnent une bonne image de l'agence, le matériel informatique peut permettre de faire une démonstration.

Dialogue prise de contact:

Moi: Bonjour Madame Barreira, Joanne Labrosse responsable de communication au sein de l'agence Tuka. Vous êtes bien Madame Mélanie Barreira, responsable du salon de coiffure "aux ciseaux d'Ethan" ?

Gérante: oui

Moi: Très bien, je suis ravi de vous recevoir et que vous ayez accepté de nous rencontrer pour un entretien, je vous en prie installé vous. Puis je vous offrir un rafraîchissement ou autre chose?

Gérante: oui, je veux bien un verre d'eau s'il vous plaît.
Merci

Moi: J'ai donc souhaité de vous rencontrer pour vous présenter nos différentes offres qui pourrait convenir à votre salon et tout ce que vous proposez, vous disposez bien d'une demi-heure environ comme convenu?

Sa réponse: oui

Moi: parfait, mais avant tout je voulais vous demander si vous connaissez notre agence Tuka?

Sa réponse: Non

Moi: Et bien je vais vous présenter rapidement notre agence. Nous sommes une agence de communication comportant 10 salariés, nous travaillons principalement sur trois différents pôles: la stratégie, la production et le digital.

Nous accompagnons les annonceurs à développer leur notoriété et leur image grâce à la multitude des supports de communication que l'on peut réaliser suivant leurs besoins et leurs attentes.

Par exemple, je vous laisse regarder les différents supports que notre agence a réalisé dernièrement grâce à nos logiciels de montages.

(montrer les supports pour illustrer les offres comme des affiches, réseaux sociaux dont il s'occupe,...)

Voilà en ce qui nous concerne. Par rapport à cela, avez vous des questions ?

Sa réponse: oui, je voulais vous demander si vous réalisez aussi des marquages vitrine ?

Moi: oui, bien sure

(prendre en note que l'annonceur semble être intéressé par ce type de support)

Mais parlons maintenant de votre entreprise,

Plan de découverte:

Je voulais d'abord vous demander si vous proposez d'autres activités que la coiffure au sein de votre établissement?

Sa réponse: Oui, bien sure, nous sommes coiffeuses mais aussi visagistes, nous proposons des soins esthétique, hygiénique et des rituels de soin personnalisés

Moi: Etes vous familier avec les réseaux sociaux pour communiquer sur vos activités?

Sa réponse: nous avons une page instagram et une sur Facebook où j'essaye d'être le plus actifs possible mais nous n'avons pas une grosse communauté sur les réseaux sociaux

Moi: postez vous régulièrement sur les réseaux?

Sa réponse: je met une ou deux publications par mois mais je ne pas tout gérer avec mon salon

Moi: bien sure, d'ailleurs nous nous occupons de plusieurs pages de réseaux sociaux de nos clients car c'est parfois difficile de gérer leurs activités et leurs réseaux sociaux

Je voulais savoir également, quelles sont vos priorités pour votre salon au cours des mois prochains?

Sa réponse: ma clientèle est fidèle mais j'aimerais accueillir de nouveaux clients car nous sommes deux et nous avons donc la capacité par rapport à nos emplois du temps d'en accueillir de nouveaux

Moi: oui vous aimeriez principalement travailler sur votre notoriété, je pense qu'il est plus important de travailler sur votre notoriété que sur votre image car vos résultats en terme d'appréciations et de notes sur votre page Internet sont excellentes.
De plus si vos clients sont fidèles il est donc moins nécessaire de travailler sur votre image.

Comment résolvez-vous cette “problématique” à l’heure actuelle?

Sa réponse: pour l'instant je n'utilise pas vraiment de solutions pour répondre à ce problème, je compte surtout sur le bouche à oreille de mes clients dans la région

Moi: Des supports de communication pour votre salon peuvent donc être bénéfique pour communiquer sur vos activités et gagner en notoriété.
Sur quoi vous aimeriez principalement communiquer?

Sa réponse: j'aimerais principalement informer que mon salon n'est pas qu'un salon de coiffure mais aussi visagiste, montrer que je travail avec Subtil une marque de professionnel. Informer que je propose des soins personnalisés René Furterer notamment pour des colorations

Moi: Nous pouvons utiliser toutes ces informations pour gagner en notoriété en montrant la qualité de vos services et de vos spécialités
Vous pouvez également informer sur vos tarifs, avez vous déjà des supports pour informer de vos tarifs notamment sur vos réseaux sociaux?

Sa réponse: Non, c'est vrai que je ne montre pas mes tarifs sur mes réseaux sociaux mais seulement au sein de mon salon

Moi: on peut également informer sur les tarifs que vous proposez cela peut permettre donner le plus d'informations possibles aux clients qui peuvent être intéressés par vos tarifs ou par le fait que vous montrez vos tarifs par rapport à certains concurrents.

Puis je me permettre de vous demander quelle est la part de budget dont vous bénéficiez si vous choisissez d’opter pour divers supports de communication?

Sa réponse: je ne me suis pas vraiment défini un budget mais je dirais autour de 3000€ maximum

Suite et issue de ce rendez vous:

Moi: Ayant étudié votre dossier et par rapport à ce que vous m'avez raconté, j'ai quelques supports à vous présenter.

Tout d'abord, je peut vous proposer un marquage vitrine sur la devanture de votre salon en informant sur vos services et sur vos activités, ainsi que sur vos tarifs.

Nous pouvons aussi réaliser des flyers ou carte de visite et alimenter vos réseaux sociaux avec les mêmes informations du marquage vitrine en respectant la charte graphique de votre salon
Ces différents supports entreraient dans votre budget de 3000€ et contribueraient à vos attentes notamment sur votre notoriété

(montrer des exemples de supports similaires qui ont déjà été fait par l'agence afin que la cliente se projette)

Sa réponse: je suis intéressés par le marquage vitrine sur la devanture si il rentre dans mon budget.

Les flyers peuvent également me convenir, plus que les cartes de visites car j'aimerais mettre plusieurs informations, la carte de visite ne correspond pas à mes attentes.

Cependant, je ne suis pas intéressés par des visuels pour mes réseaux sociaux.

Moi: les visuels sur les réseaux sociaux peuvent être bénéfique pour garder contact avec vos clients et gagner en notoriété notamment avec les partages et les abonnés

Sa réponse: désolée, je préfère consacrer mon budget sur la devanture et sur les flyers

Moi: très bien, nous pouvons alors nous consacrer sur les autres supports puisqu'ils correspondent à vos attentes.

Et bien j'espère que vous êtes satisfaites de cette entretien et je suis ravi que nous ayons pu trouver des supports qui puissent vous convenir et contribuer au développement de votre notoriété.

Sa réponse: oui très bien moi aussi je suis ravi de vos propositions

Moi: je vous envoie donc un devis avant pour vous donner idée du prix exact pour la production des supports, pouvez vous repasser fin de semaine pour le devis et finaliser ensuite vos choix pour les visuels si vous avez des préférences lors de leur conception

Sa réponse: pas de problème je repasserai à l'agence
Au revoir, Bonne fin de journée

Moi: Au revoir madame Barreira, bonne journée