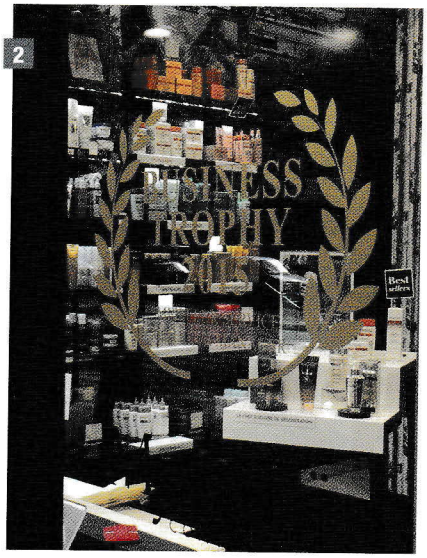

Les clés pour réussir la décoration de votre salon

Que l'on s'apprête à ouvrir son salon ou à le rénover, la décoration est primordiale pour donner envie aux clients de franchir la porte. « Coiffure de Paris » vous donne les pistes pour tout refaire, sans forcément vous ruiner.

DÉFINISSEZ LE PARCOURS CLIENT

Directrice retail chez L'Oréal Produits Professionnels, Tania Ruaut a accompagné, l'an dernier, des coiffeurs pour relooker leur salon. « *Nous nous sommes rapidement rendu compte que la peinture et un rafraîchissement ne suffisaient pas,* dit-elle. *Cela ne rendait pas le salon plus marchand, ni vendeur. Il manquait le parcours client et la communication sur les services.* » Avant de vous lancer, il est donc primordial que vous définissiez clairement votre parcours client. C'est tout le travail mené par L'Oréal Professionnel avec son salon Émotion. La vitrine est considérée comme la première étape de ce parcours, car elle doit inciter la cliente à rentrer. « *Mieux vaut jouer la transparence côté vitrine* », conseille Tania Ruaut. Viennent ensuite l'accueil, le diagnostic et la consultation. Puis, la partie bac : « *Là, il ne faut pas hésiter à mettre de la couleur, car l'endroit est intime.* » Ne négligez pas l'espace revente : « *La cliente doit pouvoir tester, toucher et sentir les produits,* rappelle Tania Ruaut. *N'hésitez pas à mettre des tables de présentation, à théâtraliser l'espace pour donner envie de…* » Plus de 200 salons ont adopté le concept Émotion. « *Nous accompagnons les coiffeurs sur les étapes clés du parcours, mais chacun conserve sa personnalité* », assure Tania Ruaut.

1. Accueil : concept Émotion de L'Oréal Professionnel, au salon Catherine Beaulieu.
2. Transparence de la vitrine chez Mya Isaï.
3. Diagnostic et tablette : concept Émotion de L'Oréal Professionnel, au salon Catherine Beaulieu.
4. Mur de couleurs chez Mya Isaï.

DÉFENDEZ VOS IDÉES SANS COPIER

Fondateur de l'enseigne Coiffirst, Éric Pfalzgraf a créé son premier salon en 1997 : « *Je me suis inspiré de bars et d'hôtels branchés, mais aussi de magasins de mode. J'ai pensé que mes futures clientes fréquentaient ces lieux et qu'elles aimeraient retrouver les mêmes ambiances dans les salons Coiffirst. Mon but : créer un salon au luxe accessible. Pour y parvenir, j'ai récupéré des meubles de mes grands-parents et chez Emmaüs, que j'ai mélangés avec de belles pièces et des miroirs anciens à pampilles.* » Éric Pfalzgraf n'a pas hésité à mélanger ancien et moderne. « *Quand on veut faire la déco de son salon, il faut défendre ses idées, s'inspirer de choses vues, mais sans copier ! La décoration doit être forte, car c'est du marketing, mais pas nécessaire-*

© Photos DR

LES TENDANCES DÉCO 2016

- **Coloris :** les pastels (rose, vert pâle) restent à la mode, avec des couleurs plus énergétiques (bleu roi).
- **Formes :** le must est un mixte entre des meubles carrés et ronds.
- **Sur les murs :** le papier peint aux formes géométriques signe son grand retour.
- **Matières :** le bois, mais aussi les meubles laqués.
- **Rangements et tablettes** avec prises pour smartphone et tablette incorporées.

5. Fauteuils couleurs de Cindarella et fauteuil ancien, au salon Montorgueil d'Éric Pfalzgraf.
6. Lustres, au salon Saint-Honoré d'Éric Pfalzgraf.
7. Ambiance, au salon Saint-Honoré d'Éric Pfalzgraf.

ment chère. Chez moi, on trouve du béton au sol, affirme le coiffeur. *N'hésitez pas à montrer les produits de coloration. Vos clientes seront contentes de reconnaître des marques, d'autant qu'elles coûtent cher!* »

Combien investir dans la déco ? « *Il faut mettre plus d'argent que dans sa voiture,* répond Éric Pfalzgraf. *À chaque fois que j'achète un beau meuble, je le mets dans mon salon, car c'est là que je passe le plus de temps. Le décor doit également être émotionnel et fonctionnel pour les coiffeurs qui travaillent. Ma plus grande fierté, c'est de voir mes employés faire visiter le salon à leur famille. Cela prouve qu'ils s'y sentent bien et qu'ils en sont fiers.* » Côté fauteuil, tous les goûts sont dans la nature. Éric Pfalzgraf a, lui, opté pour des fauteuils en plastique dénichés en visitant le fabricant Cindarella. « *Je m'assois toujours à la place de chaque cliente. Ainsi, je vérifie le confort et surtout ce qu'elle voit!* » S'il conseille d'acheter des fauteuils et des bacs en France, Éric Pfalzgraf assure qu'un coiffeur peut aussi choisir des petites pièces chez Ikea pour compléter la décoration. « *Les mélanges sont les bienvenus et très compris des femmes qui n'hésitent pas à s'acheter un chemisier Prada et un pull H&M !* »

PENSEZ DIGITAL

Pour Vanessa Ghorayeb, présidente de Cindarella, le salon à l'atmosphère intimiste « comme à la maison » est toujours d'actualité. « *En matière de tendances, la France est donneuse d'ordre pour l'international,* constate-t-elle. *Les rangements et tablettes sont de nouveau au goût du jour. Dans le sud, les coiffeurs privilégient les couleurs franches, comme le laqué noir, blanc ou rouge, tandis que, dans le nord de la France, les coiffeurs apprécient plus les tons pastels (noir, marron, beige, taupe, gris) et les meubles en bois de noyer.* » Demandez au fabricant (Cindarella fabrique sur mesure) d'incorporer à vos meubles de multiples prises, qui permettront à vos clientes de recharger leur tablette ou smartphone. « *Prévoyez aussi le digital dans votre décoration, car c'est un service du salon,* rappelle Tania Ruaut. *Une vitrine digitale génère 33 % de trafic supplémentaire dans le salon.* » À bon entendeur…

Emmanuelle Evina

L'AVIS DE FRANCK FRANÇOIS

© Régis Grman

« Chez Mon Coiffeur, Ma Famille, Exclusif, nous avons opté pour du papier peint. Et il est redevenu très tendance cette année ! Chez Vog, nous avons un code couleur avec du blanc, du noir et la teinte ficelle. Chez Tchip, la décoration plus épurée répond au positionnement de l'enseigne. »