

FLASH INFO BUSINESS

Source : Coiffure de Paris, février 2013



Reussir une embauche

Comment trouver le bon candidat et s'assurer qu'il conviendra à son salon ? Un enjeu d'importance pour une entreprise de la coiffure.

Trouver la perle rare, le collaborateur efficace, créatif, ponctuel et le fidéliser dans son équipe : tous les patrons de salon se posent un jour ou l'autre cette question. « *Il y a beaucoup de mouvements dans le secteur de la coiffure, probablement trop* », résume David Lucas, créateur du salon En Aparté, à Paris. Un risque pour les patrons, mais aussi pour les collaborateurs. « *À trop se disperser, à multiplier les expériences, il devient difficile de se construire une vraie stratégie de carrière* », avertit David Lucas. Et une embauche réussie ne consiste pas seulement à dénicher le meilleur des collaborateurs, mais à trouver le salarié qui se fondera dans l'univers du salon, en sachant y ajouter sa patte personnelle. « *C'est une rencontre entre une personnalité et un salon* », analyse Jérôme Beaulieu, créateur du salon Coiffeur Kut, à Paris.

MAÎTRISER LES CODES SOCIAUX

Quelles sont les qualités d'un bon candidat ? Un bon coiffeur doit, bien entendu, avoir des qualités techniques. Mais, si celles-ci sont nécessaires, elles sont également insuffisantes. « *Il m'est arrivé de privilégier un candidat qui coiffait peut-être un peu moins bien, mais qui possédait des qualités humaines très marquées*, témoigne David Lucas. *C'est un métier où il faut savoir être psychologue, être à l'écoute du client.* » On retrouve la même exigence du côté des patrons des enseignes les plus connues du secteur. « *Nous attendons d'un collaborateur qu'il soit souriant, aimable et, surtout, qu'il sache fidéliser sa clientèle* », résume Barbara, dirigeante d'une franchise Franck Provost à Neuilly. Lors des entretiens d'embauche, il faudra donc accorder une attention particulière à la façon dont le candidat se présente. « *Il faut*

qu'il maîtrise les codes sociaux », résume Jérôme Beaulieu. En effet, les qualités humaines du candidat ne vont pas seulement avoir des répercussions sur ses rapports avec la clientèle, mais également un impact sur la cohésion de l'équipe et sur l'ambiance du salon. « *C'est un point sur lequel je suis exigeant*, témoigne Jérôme Beaulieu. *J'ai quatre salariés, je voulais des personnalités très différentes mais en même temps une vraie homogénéité, avec des rapports humains agréables.* »

Dans un métier de contact mais aussi d'image, le look du candidat va également beaucoup jouer, car il va participer de l'image du salon. « *Je vois trop de candidats arriver en jean et baskets, leurs écouteurs autour du cou et sortir de leur poche un petit papier plié en quatre* », déplore Jérôme Beaulieu. A contrario, un profil trop classique, une tenue passe-partout peuvent nuire dans un métier passion, où l'on attend aussi des candidats qu'ils fassent preuve de personnalité.

FAIRE APPEL AU VIVIER DES CANDIDATS DE L'INTÉRIM

La force des agences d'intérim, c'est leur vaste fichier de candidats, candidats qu'elles connaissent bien pour les avoir déjà fait travailler. Première raison de faire appel à elles : pouvoir répondre à une période de rush où les commandes dépassent les possibilités du salon. « *Certains de nos clients nous appellent la veille pour le lendemain, commente Valérie Moy. Arrivés le mercredi ou le jeudi, ils ont une meilleure vision de leur carnet de commandes et réalisent que leurs équipes ne seront pas assez nombreuses pour assurer la fin de la semaine, notamment le samedi, qui est toujours une journée très chargée au salon. A contrario, il peut arriver qu'ils annulent leur demande d'intérimaire en milieu de semaine, car leur carnet de commandes va s'avérer plus léger que prévu. À nous d'être réactifs.* » La solution de l'intérim apporte alors un vrai confort, puisqu'elle donne plus de flexibilité au manager dans sa gestion de ses équipes. Autre raison de faire appel à une agence d'intérim : trouver le candidat idéal pour une embauche, mais sans réelle visibilité à moyen ou long terme. « *Le contexte de crise peut freiner l'embauche, constate Valérie Moy. Et certains salons, notamment des salons haut de gamme, préfèrent, dans ces conditions, prendre un intérim au mois, plutôt qu'employer un nouveau collaborateur.* » Dans l'agence AlexInterim, quatre intérimaires sont concernés par ce type de missions. Une solution sécurisante pour le salon, mais qui n'est pas à la portée de toutes les bourses. L'entreprise n'a pas à faire le recrutement, ni à rédiger le contrat de travail ni à éditer les fiches de paie. En revanche, la rémunération de l'agence d'intérim alourdit les charges du salon.

À LA RECHERCHE DE PROFESSIONNELS COMPLETS

« *Par le passé, les candidats les plus recherchés étaient des techniciens purs, comme les coloristes par exemple, car c'est sur ce type de prestations, balayage, permanente, que se faisait le chiffre d'affaires du salon. En conséquence, leur salaire était généralement plus élevé* », explique Valérie, coiffeuse à Paris. Mais cette séparation entre différents métiers, qui conduit les clientes des enseignes les plus prestigieuses à passer entre les mains de quatre ou cinq professionnels différents, tend à se raréfier.

« Avec un seul coiffeur qui assume plusieurs prestations, un client a le sentiment de bénéficier d'un accueil plus personnalisé et donc plus privilégié », explique David Lucas. Conséquence logique, la demande pour les salariés polyvalents explose. « Les salons recherchent un professionnel complet, aussi à l'aise en coupe, en coloration, qu'en permanente », résume Martine Le Bonnicc, responsable de Pearl Interim, agence de travail temporaire spécialisée dans le secteur de la coiffure.

« Le candidat idéal est titulaire d'un brevet professionnel, avec environ cinq ans d'expérience en salon », décrit, quant à elle, Valérie Moy, commerciale chez AlexInterim, une agence spécialisée dans le domaine de la coiffure et de l'esthétique. « La demande de nos clients, quand ils recherchent un candidat, porte, avant tout, sur sa technicité. Ils veulent un professionnel qui s'adapte rapidement au salon, qui puisse travailler immédiatement », analyse Valérie Moy. « Dans mes fichiers, j'ai des techniciens, des coloristes par exemple, et j'ai beaucoup plus de mal à les faire travailler en intérim », note, de son côté, Martine Le Bonnicc.

SENS DU COMMERCE ET DYNAMISME

Autres capacités attendues du candidat idéal : le goût du contact, la capacité à créer un réseau et le sens du commerce. Les salons sont nombreux à attendre de leurs employés qu'ils s'impliquent dans la vente de produits, qui peut compter pour une part non négligeable dans le chiffre d'affaires du salon. « Généralement, les salons mettent en place des systèmes d'intéressement pour motiver leurs équipes. Indéniablement, ceux qui profitent le plus de ces dispositifs sont les plus dynamiques et ceux qui sont les plus dotés de capacités commerciales. Mais, ce type de qualités se cultive », conclut Barbara.

Ces qualités ne sont pas les seules requises.

« On l'oublie trop souvent, mais ce métier demande également des qualités physiques », rappelle Camille, collaboratrice dans une franchise Dessange à Paris. « Il faut être capable d'être debout toute la journée, quasi immobile, de supporter des gestes assez répétitifs. Malheureusement, cela en fait un métier où les collaborateurs les plus jeunes sont aussi les plus recherchés. Passé 40 ans, même si on fait son maximum pour rester dans le coup, on a la sensation d'être déjà un peu trop vieux », explique cette jeune quadragénaire. Une analyse que confirme Martine Le Bonnicc. « Les salons recherchent des collaborateurs jeunes », dit-elle.

ÉCOUTER SON FEELING

Comment s'assurer qu'on embauche la bonne personne ? « Généralement, je passe une annonce dans un journal spécialisé, "Coiffure de Paris" ou "L'Éclairneur", explique David Lucas. Après un premier entretien téléphonique, je fais venir le candidat au salon. S'il me paraît convenir, je lui propose de passer un essai au salon avec ses modèles pendant une journée. Cela me permet de juger de son réseau et de son univers. »

Mais, beaucoup de salons préfèrent se contenter d'un entretien, sans y ajouter de test en situation. « Je m'appuie sur mon feeling, estime Jérôme Beaulieu. Et plus que les diplômes, CAP, BP, je valorise l'expérience, l'envie, la passion. » Pour Barbara, « la coiffure est un petit milieu où tout se sait. Au regard des précédentes expériences du candidat, on le cerne assez vite. » La période d'essai, en revanche, se révèle cruciale. « La loi est très bien faite, dit David Lucas. En un mois, on a vite fait de juger un nouvel employé, car on travaille au quotidien avec lui ». Et si le candidat ne fait pas l'affaire, « il ne faut pas hésiter à s'en séparer, même si cela reste très dur », estime Jérôme Beaulieu.

Frédérique PERROTIN

UN NOUVEAU SITE DÉDIÉ À L'EMPLOI

En septembre dernier, un site dédié au recrutement dans la coiffure, mutexemploi-coiffure.fr a été lancé par Mutex, Myfair Job, les mutuelles membres de l'UNPMF, gestionnaires du contrat santé de la branche professionnelle de la coiffure, et le Conseil national des entreprises de coiffure (CNEC). Cette plateforme met en avant les compétences, aptitudes et savoir-faire des apprentis et des salariés et les besoins en recrutement des employeurs. La navigation sur le site est fluide et intuitive. Les compétences des demandeurs d'emploi ou de candidats à la recherche d'un stage sont formalisées dans un CV au format original puisque, outre les expériences professionnelles des candidats, il recense ses compétences : autonomie, travail en équipe, etc. D'un clic, les employeurs peuvent consulter les CV des candidats qui correspondent aux compétences qu'ils recherchent. Les offres sont consultables gratuitement. Elles sont anonymes et géolocalisées, permettant une mise en relation rapide et efficace. Seul bémol, on trouve encore très peu de CV de candidats. En revanche, les grandes enseignes Saint Algue, Franck Provost, Jean Louis David s'en sont déjà emparés et y déposent leurs offres d'emploi.

PROFESSIONNALISER LES CANDIDATS

Les statistiques de Pôle Emploi sont formelles : la coiffure continue à recruter. Le secteur se positionne, d'ailleurs, en deuxième position dans l'artisanat. Plus de 10000 projets d'embauches ont été ainsi recensés en 2012 au plan national. Paradoxe, ce secteur actif connaît de réelles difficultés de recrutement. Ce qui a conduit Pôle Emploi à organiser des formations. L'agence pour l'emploi de Narbonne s'est mobilisée, dès 2003, afin de professionnaliser les demandeurs d'emploi du secteur de la coiffure, via une formation à la carte. En outre, pour 2012, Opicalia et la FNC annonçaient la mise en place d'une Préparation opérationnelle à l'emploi collective (POEC) Coiffure au plan national. Avec deux axes privilégiés : remettre à niveau les demandeurs d'emploi ayant un diplôme en coiffure et créer un parcours diplômant pour les personnes en reconversion sans qualification en coiffure avec préparation au CAP Coiffure.