



© Forolia

Personnel & confidentiel

Établir une relation de confiance avec une cliente nécessite de la diplomatie, de l'expérience, de l'empathie... Mais, heureusement, pas seulement. Des pros nous dévoilent leurs trucs...

« **D**ix à quinze minutes de discussion, c'est tout le contraire du temps perdu, lance Massato, créateur du salon éponyme à Paris. Couleur, coupe ou balayage, cela importe peu. Sans communication préalable avec la cliente, on part dans le mur. » Le ton est donné et unanime. « Pour établir une bonne relation avec sa cliente et la fidéliser, il faut lui accorder du temps », confirme Sandrine Ruiz, formatrice chez Eugène Perma et dirigeante de Hair Studio, à Toulouse. « S'intéresser réellement à elle pour qu'elle se sente unique, renchérit Laure Frouin, directrice de S. Pace. D by Laure, à Cholet. Sans trop en faire, mais avec sincérité. »

« L'erreur stratégique serait d'expédier la cliente au bac en lui ayant mis un peignoir sur les épaules dès son arrivée, souligne Alain Haberlay, du salon David Malett, Paris. Cela arrive dans des enseignes où l'on

LES FLOPS ASSURÉS

- « Vous avez rendez-vous ? »
- « Qu'est ce qu'on vous fait ? »
- Se jeter sur elle pour l'affubler d'un peignoir.
- Le manque de sourire.
- Le look négligé.
- Le look excentrique.
- La tenue décalée par rapport au standing du salon.

travaille à la chaîne et c'est dommage. » Et si tout simplement la mise en confiance relevait des règles de savoir-vivre dans la vie courante ? « Je ne suis pas certain que l'on puisse apprendre à savoir aborder les gens, précise Laurent Delafoy, ambassadeur Schwarzkopf Professional, coiffeur de la Maison Gérard Laurent. Il faut posséder un esprit d'ouverture, d'empathie et d'écoute. » Un débutant dans le métier aura intérêt à se montrer sûr de lui. Même si ce n'est qu'une façade. Parce que la cliente fuira instinctivement un coiffeur inquiet.

L'expérience aussi est un facteur apaisant. Tout comme la notoriété. Massato et David Malett sont des enseignes où la cliente recherche une main qui tranquillise.

UNE DISCRÈTE PRISE DE CONTACT

L'appréhension se devine lorsque la personne évite le contact visuel, parle vite ou pas du tout, se dandine sur sa chaise. Proposer une boisson est un moyen d'amorcer le dialogue, en parlant sucre, thé ou café, phrases anodines qui permettent de se connecter. La prise de contact doit être discrète. Après avoir demandé si la personne accepte d'être touchée, « d'abord les épaules, puis les cheveux », recommande Sandrine Ruiz, on se met à sa hauteur. Lui

parler face à face et non pas à travers un miroir, est un détail vital qui fait l'unanimité chez nos interlocuteurs. Puis, on ouvre la discussion. « Que souhaitez-vous ? » « Quelles sont vos envies ? ». « J'examine aussi discrètement la silhouette et le style vestimentaire, précise Massato. Parce que sa coiffure devra être en concordance avec son "moi" réel. Coiffer, ce n'est pas uniquement mettre un visage en harmonie avec des cheveux. C'est aussi permettre à une personne d'être valorisée dans son ensemble. »

DOSER SOURIRE, HUMOUR ET FRANCHISE

Intuitif, le coiffeur devra également savoir déceler ce qui se cache derrière une demande de changement radical ou une phrase-type « Faites ce que vous voulez ! ». Aucun coiffeur n'aime entendre ces mots-là. « Un clignotant rouge s'allume immédiatement dans ma tête, atteste Laurent Delafoy. Je ne coupe rien et je la fais parler. Parce que sa détresse pourra être renforcée si j'obtempère ! Une fois le cheveu coupé, on ne peut pas revenir en arrière, on a intérêt à faire attention. »

« Travailler sur quelqu'un de fragile est stressant, avoue Laure. Il faut alors décrypter ses tensions. Souvent cela vient d'une rupture, d'un problème de couple... ». Casser le

FLASH INFO BUSINESS

Source : Coiffure de Paris Avril 2014

dialogue, s'éloigner pour la laisser respirer est une astuce communément employée. Puis, enchaîner en montrant des modèles, des photos. « *L'envie de changement se mêle souvent à la peur* », selon Massato. Alors, la discussion doit aller lentement, les gestes aussi. « *Si la cliente a peur de couper trop court, je propose plusieurs étapes*, explique Alain Haberlay. *Je lui montre une longueur intermédiaire, puis je continue ou non.* » Oser dire la vérité sur des choix inappropriés, une couleur ou une coupe engendrerait la confiance. « *On peut dire que cela ne lui ira pas, si dans le même temps on contrebalance nos propos par un compliment*, tempère Laurent Delafoy. *Il faut doser sourire, humour et franchise.* » Et au final, utilisez le truc de Tom Marcireau, directeur artistique chez Carita: « *Obtenir la validation de la cliente, formulée de manière claire, à voix haute. Pour éviter tout malentendu.* »

Martine CARRET

LES ASTUCES DE SANDRINE RUIZ, DE LAURE FROUIN ET DE LAURENT DELAFOY:

- « **Créer d'un petit espace isolé de 3 m² où se déroulent les premiers échanges, en toute intimité. Ce qui évite de gêner les clients qui ont des problématiques, comme la perte de densité, l'alopecie androgénique ou des cheveux gras...** »

Sandrine Ruiz

- « **Après avoir été jugée sur mon look de provinciale qui débarque dans un grand salon de la capitale, je me suis rendu compte que l'on devait toujours garder l'esprit ouvert et ne pas juger sur les apparences.** »

Laure Frouin

- « **L'habit noir est l'uniforme roue de secours. En noir, on s'impose plus qu'en coloré flashy. On a moins d'effort à produire pour être crédible.** »

Laurent Delafoy