

# L'AVATAR CLIENT OU LA REPONSE A TOUTES VOS INTERROGATIONS

## OBJECTIFS

Nous allons voir pourquoi il est intéressant de définir votre « Avatar Client » afin de construire une offre qui tient la route et qui pourra vous donner une ligne de conduite à tous les niveaux : offre, communication, stratégie commerciale etc... c'est un premier pas vers votre étude de marché, vers votre réussite en tant qu'esthéticienne à domicile pro !

## QU'EST-CE QUE LE MARCHÉ DE NICHE ?

Le marché de niche est une opportunité si vous savez bien la préparer et bien la structurer.

Le marché de niche est une partie de votre marché global.

Vous-même , en tant qu'esthéticienne à domicile, constituez un marché de niche des esthéticiennes pour vos fournisseurs par exemple. Un autre marché de niche, pour eux, serait les esthéticiennes qui s'installent uniquement en spa en ville .

De votre point de vue il existe de nombreux marché de niche de l'esthéticienne à domicile. Mais je constate qu'il est extrêmement rare de trouver une esthéticienne qui réponde particulièrement à un marché de niche.

Toutes essaient de répondre à tous les besoins de toutes les femmes de tous les âges et de tous niveaux sociaux ( encore qu'à ce niveau , on s'attaque d'avantage aux femmes avec de faibles revenus qu'à celles qui ont les revenus les plus hauts , n'est-ce pas ;- ) ? ).

En trouvant votre marché de niche vous avez votre offre, votre communication, le choix de vos partenaires et votre stratégie commerciale autour de ce marché.

Vous allez me dire : « j'aurais moins de clientes , aussi ! », et bien non ! , vous aurez plus de cliente ciblée. Mais pour être sûr de ne pas vous tromper de cible il faut d'abord vérifier si le marché que vous avez choisi est bien présent dans la région où vous vivez. Il ne sert à rien de proposer des soins pour les moins de 25 ans si les femmes qui habitent près de chez vous sont des mamies de plus de 70 ans pour la grande majorité.

**C'est votre étude de marché qui vous permettra de le savoir .**



## DEFINIR VOTRE AVATAR CLIENT



Qu'est-ce qu'un Avatar client ?

C'est votre client idéal, celui qui correspond en tout point à votre eldorado pour lui vendre tout ce que vous serez susceptible de lui proposer.

**Donnez-lui un nom fictif , ça aide ;-).**



## HOMME OU FEMME ?

Dans l'esthétique à domicile, la clientèle est à 90 % féminine. Il est vrai qu'il peut être tendancieux voir dangereux de s'occuper des hommes à domicile. L'amalgame avec un autre type de métier peut vite être fait. Mais la clientèle masculine ne doit, pour autant, pas être négligée car elle devient un marché de plus en plus intéressant.

**MON CONSEIL :** si vous craignez de vous occuper des hommes vous pouvez, soit le préciser sur votre site ou dans toutes vos communications soit vous pouvez aussi l'accepter sur recommandation uniquement.

Dans tous les cas, votre avatar est celui qui correspond à plus de 70 % de votre clientèle. Dans notre cas cela sera certainement des femmes. Mais il faut que cela soit bien clair. Même si vous avez des hommes dans votre clientèle, ils ne correspondent pas à votre avatar client.



## JEUNE OU VIEUX ?

Le principe ici , est de savoir quel va être l'âge idéal de votre avatar.  
Est-ce que vous allez cibler :

- Les ados et très jeunes femmes ( entre 15 et 25 ans) ?
- Allez proposer des produits aux beaucoup plus âgées ( plus de 50 ans)
- Ou est-ce que votre avatar est plutôt dans la tranche d'âge des femmes actives et accomplies 30 à 45 ans ?



## EN COUPLE OU CELIBATAIRE ?

Pourquoi est-il intéressant de savoir si votre avatar est mariée (ou en couple ) ou pas ?

Parce que sa manière de réfléchir sera différente. Une femme célibataire sera davantage en recherche de conseils ou de soin de séduction que la femme en couple.

Même si une femme en couple prend toujours soin de sa beauté , elle l'aborde différemment. Elle sera aussi intéressée par des soins duo par exemple.

Le budget de cet état de fait peut-être impacté aussi. Une femme célibataire aura peut-être moins de moyen qu'une femme en couple qui partage ces frais de vie avec son conjoint .

Au contraire une femme célibataire dépensera peut être davantage en soin de beauté ( afin de trouver l'âme sœur) qu'une femme en couple.

C'est votre offre étude de marché qui déterminera s'il vaut mieux choisir l'une plutôt que l'autre.



## ENFANTS OU PAS ?

Cela aura un impact aussi sur le budget. Une femme avec enfant dépensera moins pour elle car elle aura des enfants à s'occuper.

Pendant elle sera aussi en quête de soin de détente ou de remise en forme du corps.

L'offre sera différente forcément par rapport à une femme sans enfants.

Cette dernière ne sera pas attiré par des produits au format familiale par exemple, ou des soins mère-fille...

Bien sûr que l'une ou l'autre peut vouloir ou non ce type de soin mais je vous rappelle ici , qu'on est en train de définir son client idéal !



## NIVEAU D'ÉNERGIE / DE STRESS

Savoir si votre cliente est stressée ou fatiguée pourra déterminer votre offre.

Vous pouvez proposer des soins, des compléments alimentaires pour faire face à ses problèmes. (soins énergétiques, réflexologie, partenaire dans le milieu de la psychologie etc...)





## BEAUTE PHYSIQUE OU PAS ?

Bien sûr , vous n'annoncez pas à votre cliente : vous n'êtes pas belle, je ne m'occupe pas de vous !

Non , mais votre clientèle peut être en recherche de l'amélioration global de son apparence uniquement sans chercher des soins de détente ou de bien-être.

Le relooking, le réhaussement de cils, la pose de faux ongles , l'art du maquillage seront des sujets qui l'intéresseront. Si elle ne se sent pas belle, vous avez une réponse tangible à lui apporter comme ça !



## OU VIT VOTRE CLIENTE ?

- En ville ?
- En campagne ?

Les besoins des citadins ne sont pas les mêmes que les besoins des femmes habitants en village.

- Dans le Nord ?
- Dans le Sud ?

Pour avoir vécu à Lille puis à Carcassonne, je peux vous dire qu'une l'une ne recherche pas la même chose que l'autre .

A Lille, je faisais plus de soin du visage et des modelages corps , à Carcassonne c'était des épilations ,des maquillages et de la pose de faux ongles.

Bien entendu , il s'agit , encore de définir quels sont les besoins de votre avatar. Il va s'en dire que je faisais aussi des maquillages dans le Nord et des soins du visage dans le Sud.

Vous devez juste vous dire : je veux que mon avatar habite en centre ville , et voilà ce que les gens du centre ville recherchent. Dans un cas comme celui-là vous pouvez même être impactée au niveau de votre organisation.

Certaines ont même décidé de travailler en vélo pour ne pas avoir de problème de stationnement en ciblant ce type de clientèle. (Beauty Bike à Bordeaux )



OU VIT VOTRE CLIENTE ?

Vit-elle dans un appartement ? Une maison ?

Si elle vit dans un immeuble jusqu'à quel étage êtes-vous prête à monter sans ascenseur ?



## COMBIEN GAGNE VOTRE CLIENTE ?

Le fait de savoir si votre client a de l'argent ou pas déterminera votre fourchette de prix mais aussi le standing de votre entreprise.

Le low cost ne montre pas la même image que le luxe.

Une cliente qui n'a pas trop d'argent ne s'arrêtera pas vraiment sur une enseigne de luxe car elle sait que son pouvoir d'achat est limité et que ce n'est pas dans ce type d'établissement qu'elle trouvera son bonheur. Cependant, cela ne veut pas dire que cette même personne ne prend pas soin d'elle. Elle recherchera des soins correspondant à son budget.

Si, en revanche, vous décidez que votre avatar doit avoir beaucoup d'argent vous devrez vous aligner sur sa recherche de luxe dans votre offre, votre communication, votre image... De même cette personne ne se sentira pas concernée par une offre discount. Vous devrez aussi soigner chaque détail de manière à faire transparaître cet idée de luxe. Serviettes éponges plus épaisses, table plus large, marque plus chère, accessoire plus luxueux etc...

Attention, ne voyez pas dans ces propos des préjugés. On définit un avatar, votre vision doit être emplie de stéréotypes. Mais ces stéréotypes sont positifs et permettent la construction de votre client idéal.



## OU EN EST VOTRE CLIENTE MENTALEMENT ?

Certaines personnes sont en recherche de développement personnel. Elles ne sont pas forcément malheureuses , fatiguées ou stressées. C'est différent des niveaux d'énergies ou de stress dont je vous parlais précédemment.

Ce sont des personnes qui cherchent une amélioration dans leur vie. Ils cherchent à développer certains points de spiritualité, de bien être avec eux même , avec les autres , avec le monde.

Il est vrai que les coachs en développement personnel ne mettent pas l'accent sur la beauté physique et tout ce qui touche au monde du paraître. C'est même , quelque fois , l'opposé. Ils font en sorte que la personne s'accepte telle qu'elle est, avec ses défauts et ses qualités.

Toutefois , vous pouvez avoir un rôle à jouer au niveau de la recherche de ce bien être. Des soins de détente profonde, ou des soins permettant de garder la forme pourront intéresser ce genre de clientèle.

L'acceptation de soi, de son corps par le massage sera bénéfique dans leur développement personnel. Une ligne de soin cosmétique éthique avec un programme d'aide au ONG leur parlera davantage...Vos partenaires seront , bien sur, les coachs placés sur ce type de marché.



## QUEL EST SON PLUS GROS PROBLEME ?

Souvent , on s'adresse à des femmes actives qui n'ont pas le temps de s'occuper d'elles, qui ne veulent pas s'encombrer avec la recherche d'une place de parking . Voilà les deux réponses les plus souvent avancées par les esthéticiennes à domicile, c'est plutôt maigre non ?

Or, chaque cliente recherche une réponse à un problème. Les soins esthétiques ,sont fondamentalement considérés comme des réponses à des problématiques :

- Probleme d'acné
- Probleme de rides ou de vieillissement
- Probleme de stress ou de fatigue
- Problème de poids
- Problème d'image
- Etc.

Il faut considérer chaque soin de votre carte comme une réponse à un problème et non comme le « petit plus » qu'une cliente s'offre quand elle a un peu d'argent.

De là s'animera , dans votre tête , des idées sur votre communication client et vos arguments de vente seront fluides , simples et évidents.



## QUEL EST SON PLUS GROS PROBLEME ?

Même le maquillage ou la pose de vernis (soin d'embellissement par excellence) sont une réponse à un problème .

Lequel ?

Et bien c'est l'image que l'on renvoie aux autres. Bien sûr, si on considère un maquillage jour comme une simple prestation faisant partie de la panoplie de l'esthéticienne , on ne voit pas du tout comment cela répond à un problème .

Une femme va à un événement et souhaite être maquillée , point !

Mais si on creuse un peu , on se dit : mais pourquoi veut-elle être maquillée par une pro cette fois-ci et pourquoi ne se maquille-t-elle pas elle-même ?

Je ne vous parle pas du maquillage mariée ( qui est une prestation qui peut faire l'objet d'un marché à part entière), je vous parle de quelqu'un qui souhaite être plus belle que d'habitude pour une occasion spéciale.

La problématique dans ce cas-là est que ces clientes cherchent à renvoyer une image de beauté parfaite en se payant une professionnelle.



QUEL EST SON PLUS GROS PROBLEME ?

Le plus gros problème dans ce cas-là est :

« je ne sais pas comment me mettre en valeur ».

Vous cherchez donc des gens qui veulent se faire relooker, ou qui ne savent pas se maquiller, ou qui n'aime pas leur image dans le miroir.

Choisissez un problème qui vous permettra de proposer une carte de soin assez fournie tout de même.





## OU EN EST VOTRE CLIENTE SOCIALEMENT ?

Est-ce une cliente investie dans des évènements, entourées de pleins de monde, et qui a tous ses week end de pris dans maintes et maintes invitations ?

Ou est-ce une cliente qui n'a pas vraiment de réseaux social en dehors de ses enfants, son mari et les quelques mamans qu'elle croise devant l'école et qui s'ennuie de cet état?

Son environnement sociale déterminera si oui ou non vous devez faire un système de parrainage ou si , au contraire , vous devez l'aider à se créer un réseaux d'amies .

Si votre avatar est assez isolée socialement le parrainage n'aura aucun sens , en revanche si vous organisez des réunions beautés inter-clientes vous répondez à une de ses problématiques au travers du soins esthétiques.

A vous de déterminer le lieu idéal pour créer du lien social.

A contrario , celle qui est régulièrement prises dans des évènements sera intéressée par du parrainage et sa problématique sera justement de ne pas perdre de temps avec ses soins de beauté. Ou alors elle cherchera des évènements à proposer à son réseaux et vous serez la pour y répondre.



## OU EN EST-ELLE PROFESSIONNELLEMENT ?

- Elle travaille ou pas ?
- Elle a un poste à responsabilité ou pas ?
- Elle fait beaucoup d'heure ?
- Elle est commerçante , employée , retraitée ?

Bref , le fait de travailler ou pas déterminera vos horaires aussi. Et vous pourriez décider de proposer une offre qu'aux femmes qui travaillent tard.

A contrario si votre avatar est une femme au foyer , elle aimera qu'on s'occupe d'elle pendant que d'autre s'occupe de ses enfants (un partenariat avec une assistante maternel sera apprécié dans ce cas).



## A-T-ELLE UN BUDGET BEAUTE ?

Savoir si votre cliente destine une partie de son argent à sa beauté et son bien-être reste la condition obligatoire pour votre activité.

Si votre avatar ne souhaite en aucun cas dépenser de l'argent dans ce secteur, vous courrez dans le mur , on est d'accord.

Mais si elle a un budget, il faut aussi savoir de combien .

C'est de nouveau votre étude de marché qui pourra y répondre.

Mais vous pouvez déjà prédire qu'elle aura un budget de X € par mois. Cela n'est pas toujours en relation avec ce qu'elle gagne . J'ai déjà rencontré des gens aisés qui avaient un budget plus petit qu'une cliente avec des revenus plus faibles qu'eux.

Mais il est évident que plus on a d'argent plus on est à même d'en dépenser 😊.



## CONCLUSION

Définir son Avatar client et son marché de niche ,vous fera gagner un temps considérable à tous les niveaux.

Vous saurez :

- Quelles marques choisir puisque vous saurez si elles correspondent au budget , aux habitudes et besoin de votre avatar
- Quelles offre mettre en place
- Quelles techniques de prospection adopter
- Comment fidéliser vos clientes
- Quels tarifs pratiquer ...

Un Avatar client est votre client idéal, il est bien entendu que vous aurez aussi des clientes qui ne correspondent pas à celui-ci , et qui seront de tres bonnes clientes.

Mais dans toutes les actions que vous entreprendrez, le but sera d'attirer, à vous , ce fameux client idéal !!