Corpoderm
Healthcare & Beauty

Fiche mémo

Comment créer et valoriser des offres qui fonctionnent dans votre institut ?

Cette fiche mémo est le récapitulatif de tout ce que vous devez savoir et anticiper dans la création d'offres commerciales au sein de votre institut ou centre de beauté !

🧠 1. AVANT DE LANCER VOTRE OFFRE : structurez votre stratégie

✅ Quel est l'objectif de cette offre ?

- Lancer une nouveauté
- Remplir les créneaux creux
- Attirer une nouvelle clientèle
- Fidéliser ou faire découvrir un nouveau soin

✅ L'offre répond-elle aux besoins de MA clientèle ?

- Anti-âge, détente, minceur, éclat ?
- Est-ce la bonne période (ex : hydratation en hiver, jambes légères avant l'été…) ?

✅ L'offre est-elle claire, simple, attractive ?

- Durée, prix, bénéfices visibles
- Pas trop de choix : 1 à 2 formules maximum
- Titre accrocheur et résultat concret

🎨 2. COMMUNICATION MULTI-CANAL : pensez global, mixez digital et traditionnel

📌 Un bon visuel = une photo de qualité + peu de texte + bénéfice visible

📌 Charte graphique cohérente : même couleurs, logo, style sur tous les supports

Les actions :

Canal	Actions à prévoir
En institut	Teasing en cabine
Instagram / Facebook	Teasing, post épinglé (le premier jour), stories régulières (deux par semaine) avec rappel de l'offre
Newsletter	Envoyée le premier jour, claire, visuelle, avec toutes les infos
Newsletter ou SMS	Rappel à mi-parcours ou derniers jours de l'offre
Institut (physique)	Affiches A4/A3, tableau, info sur comptoir ou dans la cabine
Partenariats locaux	Flyers ou affiches chez des commerçants partenaires
Google My Business	Infos à jour + photos attrayantes des soins et de l'institut

Planning de communication de l'offre :

📍 **Dès le 15 juin : créer l'attente**

- Teasez sur les réseaux (« surprise à venir », visuels flous ou partiels…)
- Ajoutez des stories avec compte à rebours ou sondage

📍 **Le 1er juillet : lancement**

- Envoyez une newsletter claire & attractive
- Publiez un post visuel accrocheur (épinglez-le sur Instagram)
- Parlez-en en cabine, affichez l'offre

📍 **Jusqu'à la fin de l'offre**

- Programmez 2 stories/semaine avec avant/après, témoignages, rappels…
- Utilisez Meta Business Suite pour automatiser vos publications
- Réactivez l'attention en milieu (newsletter ou SMS) et fin de période (dernière chance)

⭐ 3. ET APRÈS ? FIDÉLISEZ !

🔁 Proposez une suite logique : cure, prochain rendez-vous, autre soin complémentaire

⭐ Encouragez les avis clients

- En fin de soin, ou via un SMS/email de remerciement
- Google, Planity ou réseaux = preuve sociale très puissante

🎯 EN RÉSUMÉ

✓ Une communication régulière = + de réactivité chez vos clientes
✓ Une communication sur plusieurs canaux = + de visibilité et d'impact
✓ Des preuves concrètes = + de confiance
✓ Une suite logique = + de fidélisation

Mieux vaut une offre simple bien communiquée qu'une offre compliquée peu visible !