

JANVIER 2025  
73<sup>ème</sup> Année  
N°787 - 12 €

Producer : ELP Hair Production - Photo & Retouch : Latil Pascal - Hair : Laurie Césari - MUA : Stéphanie Joffroy

**les nouvelles**

*esthétiques*

# C'EST LA MARQUE QUE J'AI CHOISIE...

Il y a neuf ans, Florence Lorenzo a créé O Spa de Flo près d'Ajaccio. Il y a deux ans, elle a choisi de proposer à ses clientes Phytomer. Son regret est de ne pas avoir travaillé avec Phytomer plus tôt...

PROPOS RECUEILLIS PAR LAURE JEANDEMANGE

**M**on centre se compose de trois cabines de soin, un espace de relaxation et un hammam privatif. Avec mes deux esthéticiennes, nous travaillons avec Phytomer, Baija, Thémaé. Nous disposons également de technologies avancées pour offrir les réponses les plus complètes et adaptées à nos clientes : la Fontaine, la Néocare et la Néolift de Bloomea, le LPG Alliance, le Lasera de Corpoderm.

## À LA RECHERCHE D'UNE NOUVELLE MARQUE

Il y a deux ans, j'ai décidé de changer de marque car la relation commerciale que j'entretenais avec celle-ci ne répondait plus à mes attentes. En effet, la marque était largement distribuée (parapharmacie, chaîne de parfumerie, institut, vente en ligne), mon fournisseur proposait ses produits en ligne avec des avantages auxquels je n'avais pas accès. Je ne voulais plus d'un partenaire commercial qui soit mon principal concurrent. Je recherchais donc une marque française reconnue sur le marché national et international. Une marque qui place l'esthéticienne au coeur de la prescription et qui puisse garantir des résultats exceptionnels.



## LE CHOIX DE PHYTOMER

Le discours commercial étant souvent éloigné de la réalité, j'ai pris l'initiative de questionner des esthéticiennes au sujet de Phytomer. Toutes les partenaires avec lesquelles j'ai pu échanger étaient élogieuses tant sur la qualité des soins en cabine et des produits à la revente que sur la relation commerciale et la qualité des formations dispensées. Nous voulions une marque alignée avec les valeurs de notre île et dotée d'une identité forte.

Phytomer nous a conquis par son caractère familial et son expertise. La marque dispose d'un laboratoire en biotechnologie marine maîtrisant ainsi l'ensemble du processus de développement des produits.

## DES RÉSULTATS FLAGRANTS !

La marque nous a envoyé des produits à tester. Nous avons observé des résultats très significatifs sur notre peau. Nous en sommes devenues les meilleures ambassadrices car nos clientes ont de suite visualisé ces changements. Lorsque nous avons introduit Phytomer, l'adhésion de nos clientes a été immédiate. Les ventes se sont faites naturellement car elles ont constaté une réelle différence avant et après l'application.

## LE MEILLEUR ARGUMENT VENTE : LA PHOTO !

Je n'aime pas le mot vendeuse, nous sommes des conseillères. Et dans ce cadre, nous avons à coeur de proposer le meilleur à nos clientes. Avec Phytomer, cela devient facile, car nous sommes assurées que les résultats seront au rendez-vous. Notre meilleur argument consiste à réaliser des photos avant et après les soins. À la sortie de cabine, nous présentons à la cliente une routine de soins adaptée et, pour renforcer nos explications, nous lui montrons le montage photo illustrant les résultats sur sa peau. Cela lui permet de constater l'efficacité des actifs et de comprendre l'importance d'un produit adapté et de qualité.





## CHOISISSEZ UNE MARQUE QUI PARTAGE VOTRE VISION DE LA RELATION CLIENT

### LA QUALITÉ DE LA RELATION COMMERCIALE

Mon objectif était d'optimiser la gestion de stock car mon ancienne marque avait une forte tendance à "surstocker". Trop souvent, les fournisseurs nous parlent de marge commerciale mais il ne faut pas confondre marge commerciale et marge comptable. Grâce à Phytomer, j'ai vu ma marge comptable augmenter de cinq points. En ce qui concerne la valeur ajoutée, c'est la marque qui prend en charge les produits offerts sans impacter ma marge commerciale : ce sont de vraies aides à la vente ! Lorsqu'une offre où un produit acheté donne droit à un produit offert, c'est Phytomer qui assume le coût du produit offert à la cliente. Nous pouvons en bénéficier même si nous commandons peu de produits, ce qui permet de gérer nos stocks au plus juste. Ces leviers de vente nous ont permis de gagner huit points de ventes supplémentaires en sortie cabine. Enfin, avec Phytomer, dès le début d'année, nous savons exactement les offres et lancements prévus tout au long des mois à venir, cela nous permet d'organiser notre communication et gérer nos ventes de manière sereine avant de recevoir les nouveautés. Je sélectionne les produits que je souhaite référencer, mon commercial me conseille, il n'est pas là pour que je me sur-stocke.

### LES CHALLENGES

Phytomer nous propose de mettre en place différents challenges tout au long de l'année pour dynamiser les ventes. Ces challenges sont adaptés de manière indépendante à chaque point de vente, en fonction des objectifs spécifiques et de la saisonnalité de chacun. C'est une véritable collaboration avec notre commerciale pour élaborer des formules qui non seulement stimulent les ventes, mais permettent aussi de récompenser l'équipe. Et cela fonctionne vraiment bien.



## UNE MARQUE QUI FAIT GRANDIR L'ESTHÉTICIENNE

Depuis que nous collaborons avec Phytomer, nos connaissances et notre technicité se sont nettement renforcées. Les protocoles cabine sont particulièrement bien conçus, alliant à la fois rigueur technique et approche sensorielle. Chaque détail est pensé pour offrir une expérience optimale. Les formations sont approfondies et les formatrices prennent le temps d'expliquer chaque étape, comme l'ordre d'application des produits pour maximiser leur synergie. Par exemple, la crème de modelage joue également un rôle actif dans les soins. Comprendre ces éléments permet d'avoir une maîtrise totale des protocoles, ce qui est essentiel pour offrir des soins d'exception en cabine.

### LE PRODUIT BEST SELLER

Le produit que nous vendons le plus est le «Fluide Reprogrammant Regard aux Sucres Marins XMF» qui reprogramme le regard en une semaine. Son effet est immédiat et spectaculaire, et pourtant, c'est le produit le plus coûteux 115,90 euros. Lorsque les résultats sont au rendez-vous, le prix ne constitue pas un obstacle pour la cliente, car ce qu'elle recherche avant tout, c'est le résultat.

### PHYTOMER : UN VRAI PARTENAIRE

Aujourd'hui, mon fournisseur est devenu mon meilleur partenaire. Nous travaillons main dans la main avec un objectif commun : me permettre de briller et par conséquent, les faire briller. Phytomer est un grand groupe, mais c'est avant tout une entreprise familiale qui véhicule de belles valeurs. Les formations se déroulent dans la maison où Mathilde Gédouin-Lagarde, la petite-fille du fondateur, a grandi. Tout est mis en oeuvre pour renforcer la dimension humaine de l'entreprise : visites du laboratoire, rencontres avec le personnel des bureaux, et véritable esprit de cohésion pendant les formations.

### MESSAGE À UNE ESTHÉTICIENNE

Choisissez une marque qui partage votre vision de la relation client et qui porte les mêmes valeurs que vous. Ne vous laissez pas guider uniquement par un coup de coeur : prenez le temps d'étudier les aspects commerciaux et tout ce que la marque peut réellement vous apporter. Optez pour un partenaire qui vous permettra de grandir. Plutôt que de vous focaliser sur le prix des produits, concentrez-vous sur ce que la marque peut vous offrir en termes de notoriété et de chiffre d'affaires. Prenez rendez-vous pour découvrir un soin Phytomer : vous constaterez par vous-même la différence. Les résultats sont vraiment impressionnants ! ■