

Centre à l'honneur

Sarah Jerbi, Directrice du centre de bien être Perle de Beauté situé à Béziers, est une Passionnée des métiers du bien être et de l'esthétique. Au travers de l'interview qui lui est consacrée, vous découvrirez une jeune femme dynamique, impliquée, pleine d'idées, qui, de surcroît, manie avec brio l'art du marketing.



Cabines : Sarah, pouvez-vous nous présenter brièvement votre parcours professionnel ?

Sarah Jerbi : Je travaille dans l'esthétique depuis environ dix ans. Durant les quatre premières années, j'ai occupé un poste d'esthéticienne dans un centre de thalassothérapie de ma région. J'y ai acquis une expérience certaine, néanmoins j'aspirais à une toute autre conception du mieux être. Passionnée par les soins, notamment orientaux, le toucher, l'embellissement de la femme, les textures et les odeurs, j'avais envie de proposer des soins ultra cocooning dans une ambiance dépayssante. J'ai donc franchi le pas et aménagé une des pièces de mon appartement en cabines de soin. Une seule cabine me direz-vous... C'est sûrement ce qu'appréciait le plus ma clientèle. En effet, consacrer l'intégralité de mon temps à chacune de mes clientes me paraissait indispensable. Cette qualité de service m'a valu un bouche-à-oreille exceptionnel et ma clientèle s'est rapidement étoffée. Aujourd'hui cela fait 5 ans que nous occupons, mon équipe et moi-même, des locaux réalisés sur mesure. En parallèle, je forme également des esthéticiennes aux techniques de soins orientaux, de modelage d'ongles artificiels et de maquillage de longue durée.



C : Quelles ont été vos premières réflexions quant à la création de votre nouveau centre ?

SJ : En tout premier lieu, la recherche d'informations et la définition du concept. Je me suis énormément renseignée sur le marché. Salons, rencontres, voyages, déplacements professionnels, Internet... représentent une source colossale d'informations à exploiter. À cette époque, la clientèle manifestait déjà son besoin de cocooning, d'évasion, la tendance orientale était à son apogée et l'arrivée timide des spas ne concernait que des centres de très grande surface. Pour ma part, je souhaitais un centre résolument cocooning en conservant ce que ma clientèle préférait : l'exclusivité d'une esthéticienne, d'un espace de soin (hammam ou jacuzzi). Le sens de circulation a donc été déterminé selon les protocoles prévus. J'en profite pour remercier mon mari et notre ami architecte pour les conseils et l'aide précieuse qu'ils m'ont fournis. Au final, l'institut a été pensé sur une surface de 175 m2 répartis entre le rez-de-chaussée et un sous-bassement. Au rez-de-chaussée se trouvent la surface d'accueil, 3 cabines dont une avec douche et des toilettes. Le sous-bassement dispose quant à lui d'une salle de détente, d'un vestiaire, d'un hammam traditionnel, d'une salle de gommage, de toilettes, d'un espace spa et bain à remous, ainsi que de 2 salles de formation. Je voulais également donner à mon centre une empreinte orientale marquée tant dans la déco, les odeurs, l'ambiance musicale que la carte de soins, véritable équilibre entre prestations classiques et soins orientaux traditionnels.

C : Et l'étape suivante ?

SJ : Convaincre mon mari de me suivre dans cette nouvelle aventure ! En effet nous avons vendu notre appartement pour construire notre nouvelle maison et le centre Perles de beauté, attenant à cette dernière. Nous sommes situés dans un lotissement très calme et n'avons pas pignon sur rue. Là encore, c'est un plus que ma clientèle apprécie fortement. Au niveau communication, nous avons organisé une inauguration qui nous a valu un très bel article dans un périodique local. Le concept était novateur à cette époque et le bouche-à-oreilles à une fois de plus fait son effet. À l'occasion des fêtes, nous passons des spots publicitaires sur les radios régionales. Enfin depuis 2 ans, le site Internet www.perlesdebeaute.com a permis de développer une nouvelle clientèle, ponctuelle, saisonnière, localisée sur

l'ensemble de la France et parfois au-delà.

C : Comment expliquez-vous le succès que connaît votre centre ?

SJ : Nous offrons à chaque client un accueil et un service optimum dès lors qu'il franchit la porte de l'institut. Notre savoir faire, la qualité de nos soins, les nouveautés proposées régulièrement, l'organisation des rendez-vous qui permet au client de bénéficier seul du hammam ou de la balnéothérapie... Chaque détail a son importance. Le centre est, à l'exception de quelques jours fériés, toujours ouvert pour assurer un service constant, notamment à notre clientèle de passage venue profiter d'une cure de soins.



C : Quel recul avez-vous sur votre centre de soins depuis sa création ?

SJ : Perles de beauté s'inscrit dans une dynamique constante, tant par les prestations que par les produits que nous proposons. Nous vendons, par exemple, des compléments alimentaires depuis plus de deux ans maintenant ce qui représente 30% de notre chiffre d'affaires annuel réalisé à la vente. À venir tout prochainement, l'ouverture d'une cabine de soins Duo, très attendue par la clientèle. Enfin j'entretiens une relation très privilégiée et inter active avec ma clientèle. J'écoute leurs besoins et recherche ce qu'il y a de mieux pour eux. Lorsqu'il s'agit d'investir dans un appareil, je n'hésite pas à leur présenter la technique et récolter leur avis. À l'arrivée de l'appareil, une journée portes ouvertes est systématiquement organisée. Les clientes découvrent, testent l'appareil et ont tout naturellement envie de ce nouveau soin. Je travaille également en partenariat avec plusieurs médecins esthétiques. Ils sont d'ailleurs de plus en plus nombreux à proposer des réunions d'informations afin que les esthéticiennes briefent leurs clientes sur les dernières techniques pratiquées en cabinet.

C : En tant que formatrice aux techniques de soins orientaux, vous avez une approche toute particulière de l'apprentissage. Pouvez-vous en dire plus à nos lecteurs ?

SJ : Formatrice agréée, je travaille essentiellement avec les chambres de métiers de ma région. Les stages se déroulent au sein du centre Perles de beauté, dans les 2 salles prévues à cet effet. Réalisées en groupe, les formations aux soins corps sont interactives et conviviales. Je veille également à ce que chaque stagiaire reçoive le soin qu'elle est venue apprendre dans son intégralité. Vivre un soin, en ressentir les bienfaits est une étape indispensable pour susciter l'envie et l'achat auprès de votre clientèle. Une technique d'apprentissage là aussi très cocooning !

C : Vous avez tout récemment organisé un séminaire en Tunisie, destiné aux professionnel(le)s de l'esthétique, pourquoi cette démarche ?

SJ : L'idée d'associer la formation à la découverte des centres de soins orientaux (visite et soins) me semblait une expérience très enrichissante tant sur le plan humain que technique. J'ai constitué un groupe de 18 personnes en tenant compte des personnalités de chacun. L'alchimie a été parfaite durant tout le séminaire. Les plus expérimentées ont conseillé les plus jeunes. Les plus jeunes ont expliqué les dernières formations qu'elles avaient suivies. Lors des visites, l'étonnement a été unanime quant à l'équipement des instituts et centres de thalassothérapie tunisiens. L'investissement dans des appareils permet d'offrir un service supplémentaire à la clientèle. Côté produits, nous avons pu constater un retour très net des enveloppements rafraîchissants à base d'algues laminaires. Nouveaux produits, nouvelles techniques de soin et des souvenirs plein la tête, ce séjour nous a rechargé en énergie positive pour le plus grand plaisir de nos clientes, très impatientes de découvrir toutes ces nouveautés! Une expérience qui sera renouvelée chaque année, avec déjà quelques nouvelles idées supplémentaires.

C : Vous êtes souvent sollicitée pour des conseils très divers. Quelles recommandations pourriez vous faire à nos lecteurs ?

SJ : Croire en soi et aller jusqu'au bout de ses idées. À celles qui souhaitent créer leur espace de soins, je leur dirai de concevoir un espace qui leur ressemble. De se ménager dès le départ du temps pour soi afin d'assurer tout ce qui est administratif, formation, vente, réunions d'informations... en structurant vos horaires, vous donnerez le meilleur de vous même durant les soins. Enfin, dans notre métier, la formation à de nouvelles techniques de soin est indispensable pour répondre aux besoins de nouveauté émanant de la clientèle. Obligez-vous, tout comme moi, à suivre deux fois par an des stages, des séminaires d'informations afin de garder l'esprit ouvert et de compléter vos acquis techniques.

Vous souhaitez concter Sarah Jerby ?
Rendez-vous sur <http://www.perlesdebeaute.com/>