



## Mettre en place une enquête clientèle dans son spa

*Peu de spas et instituts de beauté pensent à intégrer une enquête clientèle et elle est souvent négligée dans les rares établissements qui l'ont mise en place. Pourtant, bien plus qu'un simple questionnaire de satisfaction, une enquête bien réalisée est une mine d'informations pour les spas qui pensent à l'instaurer.*

*Quels bénéfices peut retirer un spa de son enquête clientèle ? Sur quels éléments cherche-t-on à sonder les clients ? Dans quel objectif ? Comment mettre en place cette enquête concrètement dans le spa ?*



PAR NOLWEN TUAL DE QUERCADE  
CONSULTANTE SPA



DR

L'enquête est d'abord un outil formidable pour apprendre à connaître sa clientèle. Quels sont les profils de mes clients en termes de sexe, d'âge, d'origine géographique ou encore de catégorie socio-professionnelle ? Ce sont les questions d'identité. L'enquête clientèle permet ensuite de mieux comprendre les habitudes de consommation des clients. Comment ont-ils connu le spa ? Ont-ils l'habitude de fréquenter les établissements de bien-être seuls, en couple ou en famille ? Optent-ils plutôt pour des soins à la carte, des packages ou des séjours incluant soins et hébergement ? Ce sont les questions de comportement.

Les questions d'opinions arrivent ensuite. Ce sont les plus connues, celles qu'on s'attend à trouver en priorité dans un questionnaire puisqu'elles concernent la satisfaction des clients. On cherche ici à connaître leur degré de satisfaction et d'insatisfaction sur les différents services présents dans le spa (réservation, accueil, boutique...) mais également sur les prestations et produits proposés. C'est une manière indirecte d'avoir une vision de l'image que perçoivent les clients du spa par rapport à l'image voulue par le spa au départ.

L'enquête peut aussi aller plus loin et investiguer du côté des motivations, besoins et attentes des clients du spa. Pourquoi affectionnent-ils tel ou tel type de soins ? Qu'attendent-ils de plus

que ce qui est proposé ? Auraient-ils eu envie d'un autre soin ? D'une autre marque de cosmétique non présente dans le spa ?

### **La mise en place concrète d'une enquête clientèle se fait par étapes**

#### **Tout d'abord la réalisation du questionnaire**

On fait généralement appel à ce stade à un cabinet de Consultants Spa qui saura :

- élaborer l'enquête clientèle sur la base d'une problématique précise et propre au spa ;
- respecter un ordre adéquat de questions ;
- choisir parmi les différentes typologies de questions à poser (fermées, ouvertes, uniques, multiples, ordonnées...) et maîtriser les différentes échelles (Likert, Osgood...);
- s'assurer de la bonne formulation des questions et des consignes de réponse pour faciliter la compréhension.

Le questionnaire doit effectivement être conçu de façon à éviter certains biais tels que :

- des réticences à répondre à un questionnaire trop long ou à des questions jugées indiscretes ;
- le refus ou l'incapacité de répondre ;
- une tendance à donner des réponses de mise en valeur.

À ce stade, il peut être intéressant de réaliser un pré-test des questionnaires en le diffusant à un échantillon de clients. Ceci permettra au spa d'avoir une idée précise du taux de retour qu'il peut espérer mais aussi de corriger les éventuelles imperfections et de rédiger les versions définitives.

#### **La saisie des enquêtes et l'analyse des réponses**

La saisie des réponses peut être réalisée par la Spa Manager elle-même, par une Spa Praticienne ou encore par une Hôtesse d'accueil.

En revanche, l'analyse des réponses est une mission qui nécessite des aptitudes particulières. Selon la taille du spa et les compétences présentes en interne, cette tâche pourra être confiée au Spa Manager, au Responsable Marketing ou à la personne en charge de la gestion de la relation clientèle qui aura été formée sur ce point ou qui sera assistée par un Consultant Spa.

La saisie de l'enquête et son analyse pourront se faire « artisanalement » via un tableau Excel (dans ce cas, il faudra veiller à limiter les questions ouvertes très difficiles à analyser de cette manière) ou via un logiciel d'enquête de type Sphinx.

Il est ensuite conseillé de revoir le questionnaire chaque année, du moins partiellement en fonction des points de défaillance relevés mais aussi des projets du spa (aménagement d'une nouvelle cabine de soin, ajout d'une nouvelle marque de cosmétiques partenaire...).

Pour conclure, l'enquête clientèle n'est pas un simple questionnaire de satisfaction permettant d'évaluer le degré de contentement ou de mécontentement de la clientèle. L'enquête est également un outil marketing et de gestion de la relation clientèle permettant au spa de mieux connaître ses clients, leurs habitudes mais aussi leurs attentes profondes à un moment précis mais aussi dans le temps. D'une manière globale, l'enquête clientèle s'inscrit donc dans une démarche qualité à moyen et long terme. Elle permet au responsable d'améliorer l'offre de soins et de produits présente dans le spa, d'optimiser la stratégie de communication, de repositionner le spa sur un plan marketing et tarifaire mais aussi parfois de revoir complètement un concept initial non adapté à la clientèle. ●

**L'ENQUÊTE EST D'ABORD UN OUTIL FORMIDABLE POUR APPRENDRE À CONNAÎTRE SA CLIENTÈLE**