



Module 1

LES FONDATIONS



Positionnement clair & différenciant

Beaucoup de professionnelles de l'esthétique pensent que pour avoir plus de clientes, il faut toucher le plus de monde possible sur les réseaux.

En réalité, plus **ton message est large**, plus il devient **invisible**.

Parler à tout le monde, c'est finalement parler à personne.



Qu'est-ce que le positionnement ?

Le positionnement **ne parle pas de tes prestations**
C'est la place que tu occupes dans l'esprit de ta cliente.



Ce n'est pas juste :

“Je fais des soins esthétiques”

“Je propose des technologies esthétiques”

C'est :

Pourquoi **une cliente pense à toi** plutôt qu'à une autre

Pour **quel problème précis** elle te choisit

Ce qu'**elle comprend de toi** en quelques secondes



En esthétique, **le positionnement** répond à 3 questions simples :

À qui tu parles ?

(Quelle cliente, avec quel problème principal)

Quel problème tu aides vraiment à résoudre ?

(Pas le soin, le résultat recherché)

Pourquoi toi ?

(Ton approche, ton parcours, ta vision, ta spécialité)



*Si ta cliente ne comprend pas **immédiatement qui tu es et ce que tu fais pour elle**, elle ne cherchera pas à en savoir plus.*



Positionnement : esthétique “classique” vs esthétique avancée (technologies)

Esthétique dite “**classique**”

Le positionnement repose principalement sur :

- le bien-être
- la détente
- l'entretien de la peau
- le moment pour soi

La cliente vient :

- pour se détendre
- pour entretenir
- pour se faire plaisir



Le positionnement en tant qu'experte

Être **experte**, c'est *être identifiée* pour **UN problème précis**



Exemple 1 – Experte en problématiques cutanées

✗ Positionnement flou :

“Je fais des soins visage personnalisés.”

La cliente se dit :

“Ok... comme beaucoup d'autres.”

✓ Positionnement expert

“J'accompagne les femmes qui souffrent de problèmes de peau persistants (acné, taches, imperfections) et qui ont déjà tout essayé sans résultats durables.”

Ce que la cliente comprend :

“Elle parle de MOI”

“Elle comprend ma frustration”

“Elle semble spécialisée”



Exemple 2 – Experte minceur

✗ Positionnement flou :

“Je propose des soins minceur.”

La cliente pense :

“Oui, mais encore ?”

✓ Positionnement expert

“J’aide les femmes à réduire la cellulite et les graisses localisées quand le sport et les régimes ne suffisent plus.”

Message implicite :

Tu comprends son blocage
Tu connais ses échecs passés
Tu proposes autre chose



Exemple 3 – Experte post-grossesse

✓ Positionnement expert

“J’accompagne les femmes après une grossesse à retrouver confiance en leur corps grâce à des technologies esthétiques ciblées.”

Ici, la cliente ne voit pas :

Une machine

Un protocole

Elle voit :

Une solution à une période de vie spécifique

