

Stratégie de différenciation



création

1 exemple opérationnel:

salon 56 m² * 9 coiffages * 3 bacs
Galerie C. Cial 70 boutiques
ZA 200 000 hb

investissement

agencement complet 950 €/m²
stock ouverture 10 k€
mobiliier location 150 €/mois

activité prévisionnelle

CA 360 K€ HT
800 visites mensuelles
Fiche Moyenne 45 €
Vente 30% du CA

contrat de franchise

Redevance mensuelle fixe 590 € HT
Durée 84 mois

LE MERCHANDISING POUR BOOSTER LES SERVICES COIFFURE

La logique du concept repose sur l'association de la beauté et du bien être. Les consommateurs sont invités, en libre accès à entrer par une boutique de produits capillaires et corporels dans un environnement sensoriel qui facilite les échanges et les conseils personnalisés

Nos coiffeurs sont formés à évoluer dans cet espace avec le merchandising de notre partenaire produit exclusif AVEDA, marque capillaire botanique d'ESTEE LAUDER. Leur expertise apporte à l'ensemble du magasin une véritable stratégie de différenciation, dans laquelle les invités trouvent pleinement satisfaction. Nous apportons à nos partenaires tous les outils de communication traditionnels et digitaux pour recruter des clients, les formations, les animations et le suivi pour leur réussite.



 **CARPY**
COIFFEUR COLORISTE