

Solutions

Afin d'assurer le développement de l'activité, nous avons retenu les solutions suivantes :

- La cible potentielle à séduire est les cadres car ils dépensent en moyenne 503 € par an en soin corporels. Ces derniers devront être compris entre 45 et 54 ans car cette tranche d'âge dépense en moyenne 336 € par an. Cette cible correspond bien à notre zone de chalandise.
- Suite au sondage réalisé auprès de 100 personnes sur la zone de chalandise, la prestation que la majorité de personnes aimerait voir apparaître est le massage. Afin de séduire un plus grand nombre de personnes il serait intéressant de développer cette activité. Ceci est aussi confirmé par les médias actuellement (reportages télévisés, magazines...) et correspond bien à notre société hédoniste.
- En comparaison avec les prix pratiqués par la concurrence, il serait judicieux de pratiquer un prix de 50 € pour un massage de 40 minutes aux huiles essentielles. Cette stratégie d'alignement adoptée par le salon Styl'Hair permettra de se situer dans la moyenne des concurrents et d'éviter une guerre des prix. Le salon n'étant pas spécialisé dans cette activité, il nous apparaît peu judicieux de pratiquer une politique d'écrémage malgré la richesse de la zone.
- La gérante du salon de coiffure Styl'Hair doit embaucher une esthéticienne titulaire d'un Certificat d'Aptitude Professionnelle ou d'un Brevet d'Etude Professionnelle. Les massages doivent être pratiqués par un(e) professionnel(le), c'est une obligation et cela nous évitera d'avoir des problèmes d'ordre législatif et c'est un gage de sérieux.
- Afin de faire connaître le nouveau service proposé, il est primordial de faire de la publicité. Les moyens que nous avons sélectionnés répondent à un besoin de communication efficace et peu coûteux.
 - Espace publicitaire d'un quart de page dans le magazine de Saint-Maur pour un montant de 839 euros et envoi de documents à la Mairie de Saint-

Maur afin de faire apparaître dans le guide de la ville le nouveau service proposé, ce service est gratuit.

- Achat de 5000 prospectus dont 4000 seront mis dans les boîtes aux lettres et les 1000 autres seront distribués à la sortie du RER du parc de Saint-Maur pour un total de 285 €.
- Organisation d'un buffet froid auquel seront conviées les 20 clientes les plus fidèles du salon (avec leurs conjoints), dans le but de leur faire découvrir le nouveau service. Le montant de cet événementiel est de 15 € par personne, il s'élève donc au total de 600€.
- Location de 10 arrêts de bus, les plus proches du salon de coiffure pendant 2 semaines pour un montant de 1111 € (publicité de proximité marquante pour le lancement).
- Achat de 10 affiches au format adéquat pour les panneaux publicitaires des arrêts de bus pour un total de 264 €.
- Envoi d'e-mail à l'ensemble des clientes dont les adresses seront stockées dans un fichier client. Cette opération sera gratuite car l'envoi d'e-mail ne nécessite pas de paiement à un prestataire.

Le budget communication s'élèvera à 3099 euros.

L'ensemble de ces solutions répond au besoin de l'entreprise et devrait lui permettre de se développer au mieux.