

LE NOUVEAU DOSSIER DE SPA-A

" ATTENTES ET IDENTITÉ DE LA CLIENTELE SPA"

Étude dirigée par Joëlle Guillemot.
Présidente d'Omnisens.

Spa-A a souhaité faire une étude sur la typologie des clients Spa (les Spa Goers) afin de mieux les comprendre et de pouvoir adapter l'offre à leurs aspirations.

L'univers du bien-être étant très concurrentiel entre les nombreux Spas, le succès d'un établissement repose donc sur une excellente connaissance de sa clientèle et de ses attentes.

Aujourd'hui, il y a de moins en moins de logique dans la consommation.

Le client Spa est zappeur, imprévisible, exigeant et connaisseur.

Il est donc primordial de le connaître au mieux, de lui offrir sans cesse de la nouveauté et de le récompenser de sa fidélité.

Qui est cette clientèle Spa ? Peut-on parler d'une ou plusieurs identités de clientèle ? Peut-on regrouper cette clientèle par typologie ? Comment appréhender au niveau marketing et commercial chacune de ces typologies ? Comment procéder pour améliorer la fidélisation de chacune de ces catégories de clients ?

Pour réaliser cette étude, il est important de rassembler des données factuelles afin de déterminer des hypothèses de catégorisations, de chiffrer la part de chaque typologie de clients, d'évaluer les variables sociodémographiques et comportementales de la consommation spa.

Le recueil quantitatif des données pourra se faire par questionnaire et/ou entretien et l'exploitation par des tris simples et croisés afin de mettre ensuite en lumière des caractéristiques de comportements.

Les résultats de cette étude aboutiront à des propositions très concrètes pour aider :

- **les Spas Managers à construire leur offre Spa tout au long de l'année**
- **les sociétés cosmétiques à adapter leurs produits et soins aux attentes des clients des différents Spa-Goers.**

Le succès de cette étude dépend de la quantité et de la variété d'informations collectées auprès d'une clientèle Spa très diverse : Paris, province, Hôtels, Spa indépendants.

Il est important de rassembler des personnes disponibles pour m'aider à cadrer le projet géographiquement, à contacter les Spas susceptibles de répondre positivement à l'étude, à mener les recueils d'informations et à analyser les données.

Je fais appel aux Spas managers, étudiants en Master Marketing ou en école de Commerce, stagiaires au sein des marques cosmétiques, ou toute autre personne susceptible d'être intéressée pour travailler en équipe sur ce fabuleux projet.

N'hésitez pas à me contacter : jguillemot@omnisens.fr

Date de publication juin 2015.