



Brigitte Caron, directrice de @bc Spa management, @bc Spa Gestion et Keiraõ Spa
Et directrice du So Spa Sofitel Vieux Port à Marseille, labellisé en 2010

Spa-A : *Le So Spa Sofitel Vieux Port à Marseille a reçu le label en 2010. Avez-vous constaté un impact de cette labellisation sur votre Spa ? Et dans quel domaine ?*

Brigitte Caron : En 2010, c'était le tout début de la création de ce Label par SPA-A ; il était donc inconnu du grand public ; toutefois il nous est apparu important et nécessaire de nous engager rapidement dans cette démarche qui visait à moyen et long terme, à structurer le marché du SPA en France, à valoriser les SPAS qualitatifs et à « apprendre » au grand public à différencier les divers établissements sur des critères objectifs.

Bien que ce soit un investissement non négligeable financier pour des petites entités économiques (et nous remercions notre marque cosmétique partenaire CARITA qui a cofinancé cette démarche sur 3 ans), la pertinence des questions évaluées, l'objectivité et la bonne connaissance du milieu hôtelier de l'organisme d'évaluation (EXCEL PLACE), le rapport détaillé qui en découle nous ont apporté au final un réel outil d'amélioration de notre service ; mais avant tout la démarche qualité du Label Qualité SPA-A est un *vrai outil de management* de nos équipes qui se sont mobilisées pendant plusieurs mois en amont de l'audit pour mener un projet commun en tendant vers un objectif partagé qui perdure aujourd'hui au quotidien.

Bien entendu une fois le Label obtenu, cela crée un levier de communication important (mailing, Facebook, site internet, presse locale, etc.). Nos clients ont été contents de savoir qu'ils fréquentaient un établissement à la qualité reconnue.

Par ailleurs être un spa labellisé offre ensuite une visibilité commerciale non négligeable au travers des supports de communication et de référencement qu'active SPA-A (Partenariat Votre beauté par exemple ; voyage de presse, etc.).

Spa-A : *Est-ce que ce label vous a amenée à changer certaines choses dans votre Spa ?*

Brigitte Caron : Changer du tout au tout non mais améliorer, ajuster oui par une meilleure autoévaluation de ce que nous faisons, par une meilleure prise de conscience de la perception client et par la conviction des retombées bénéfiques de ces ajustements. Nous avons monté notre niveau d'exigence « d'un cran » et nous l'avons maintenu !

EXIGENCE et PERFECTION, le credo de nos équipes. Nous devons nous donner les moyens d'atteindre l'excellence et garder comme objectif la Perfection.

La Perfection est une idée du meilleur service que l'on pourrait rendre. Cette recherche perpétuelle de Perfection est déterminante pour nous, elle nous oblige à assurer un service de qualité en réponse aux attentes de nos clients exigeants. Elle nous permet aussi de maintenir un niveau de qualité sur un marché ultra concurrentiel.

Car la Perfection est un des facteurs de la réussite d'un spa. Le succès dépend aussi de la satisfaction du client et sa fidélisation ; cela passe évidemment par un sens aigu du service, de l'écoute, du détail mais aussi une gestion et un management performants. Il est indispensable que le personnel soit bien formé et que chaque membre de l'équipe se sente bien dans le spa. Le rôle de la Spa Manager est primordial, elle doit veiller au bien être de son équipe autant qu'au bien être de ses clients. Son perfectionnisme passe par son savoir faire, son savoir être ainsi que son savoir vivre.

Spa-A : Auriez-vous une attente particulière vis-à-vis du Club qualité label Spa-A ?

Brigitte Caron : A mon sens l'appartenance à un Club doit permettre de partager, de fédérer, d'optimiser et être un levier démultiplicateur « inspirant ».

Donc mes attentes pourraient se situer à plusieurs niveaux :

- ✓ Appartenir un à réseau actif et dynamique en interne et vis-à-vis de nos clients cibles
- ✓ Gagner en crédibilité et reconnaissance
- ✓ Recevoir, partager, échanger, réfléchir ensemble régulièrement pour faire avancer la profession et mon activité
- ✓ Participer à des évènements communs mettant en avant les labellisés à tour de rôle
- ✓ Devenir référent ou ambassadeur pour proposer et animer des activités ou actions servant la démarche qualité.
- ✓ Bénéficier de proposition en avant première (outils de promotion, participation à des congrès, des salons, etc.)
- ✓ Etre soutenu pour la dynamisation et l'accroissement de la visibilité de notre société de gestion de SPA auprès des professionnels, des entreprises et du grand public.
- ✓ Bénéficier d'avantages commerciaux exclusifs auprès des fournisseurs membres de Spa-A (équipement, fournitures, services), lors des salons et congrès
- ✓ Bénéficier d'actions marketing initiées par Spa-A.