LES CARNETS
Concept DigiWeb
CRÉATION • VISIBILITÉ • AUTOMATISATION

GUIDE GRATUIT

Le carnet Beauté et bien-être

Un institut visible, un quotidien plus simple



- **Site internet et prise de rendez-vous en ligne**
  Attirez de nouveaux clients et remplissez votre planning
- **Gestion du planning et rappels automatiques**
  Gagnez du temps au quotidien
- **Visibilité Google et réseaux sociaux**
  Soyez trouvé facilement dans votre zone
- **Intelligence artificielle et automatisation**
  Simplifiez vos tâches et communiquez plus facilement
- **Des conseils concrets et faciles à mettre en place**
  Pour développer votre activité sereinement

Des outils numériques au service de votre bien-être professionnel

ORDINATEUR • TABLETTE • MOBILE

BIENVENUE

Un institut moderne, à votre image

Ce carnet s’adresse aux instituts de beauté, esthéticiennes indépendantes, spas, praticiens du bien-être et salons de soins. Son objectif : vous aider à offrir une expérience plus fluide, avant, pendant et après chaque rendez-vous.

Une cliente veut réserver à 22 h : que se passe-t-il ?

Si elle doit attendre votre réponse, elle risque de remettre sa décision à plus tard. Un site clair, un agenda connecté et un parcours de réservation simple lui permettent de choisir une prestation, un créneau et de recevoir une confirmation, même lorsque votre institut est fermé.

Le numérique ne remplace pas votre relation humaine

Il prend en charge les tâches répétitives : répondre aux questions courantes, envoyer des rappels, organiser les disponibilités et retrouver les informations utiles. Vous restez disponible pour le conseil, la qualité des soins et l’accueil.

> Le fil conducteur : être visible, faciliter la réservation, fidéliser et gagner du temps, avec des outils qui communiquent entre eux.

Par où commencer ?

Pas besoin de tout installer d’un coup. Repérez d’abord la difficulté qui vous coûte le plus de temps : téléphone, annulations, planning, publications ou suivi des clientes. Une amélioration bien choisie peut déjà changer votre quotidien.

01 • VISIBILITÉ

Être trouvée au bon moment

Une personne cherche « soin du visage près de moi » ou « massage bien-être + ville ». Votre présence sur Google et votre site doivent lui donner une réponse immédiate : où vous êtes, ce que vous proposez, à quel prix et comment réserver.

Votre fiche d’établissement Google

Vérifiez vos horaires, votre adresse, les photos récentes, la description de vos prestations et le lien de réservation. Ajoutez les fermetures exceptionnelles et répondez aux avis avec professionnalisme, sans divulguer d’informations sur les clientes.

Des pages qui répondent à de vraies questions

Une page par grande famille de prestations est souvent plus utile qu’une longue liste : soins du visage, épilation, onglerie, massages de bien-être, rituels spa. Expliquez le déroulement, la durée, les tarifs et les éventuelles précautions.

> À tester : recherchez votre activité sur un téléphone, comme si vous étiez une nouvelle cliente. Pouvez-vous trouver le tarif et réserver en moins de deux minutes ?

Un suivi simple

Observez les clics vers le site, les demandes d’itinéraire et les réservations. L’objectif n’est pas d’accumuler des chiffres : il est de comprendre ce qui aide réellement les clientes à vous contacter.

02 • SITE WEB

Un site qui travaille même quand vous êtes en soin

Un site moderne doit être rapide, confortable sur mobile et conçu autour des actions utiles. La cliente n’a pas besoin de chercher longtemps : elle veut comprendre votre univers, choisir son soin et prendre rendez-vous.

Les fonctions indispensables

Une page d’accueil accueillante, une carte de soins lisible, les tarifs, un bouton « Réserver » toujours facile à trouver, des informations pratiques, des avis authentiques et un formulaire de contact accessible.

Les fonctions qui font la différence

Cartes-cadeaux numériques, paiement d’acompte si pertinent, espace de questions fréquentes, offres saisonnières, réservation en duo, formulaires de préparation et présentation des produits utilisés.

Pensez « application web »

Certaines fonctionnalités peuvent être utilisées directement dans le navigateur : consultation du prochain rendez-vous, modification d’une réservation selon vos règles, achat d’une carte-cadeau ou accès à un programme fidélité. Tout n’exige pas une application à télécharger.

> Exemple : une cliente voit votre soin signature sur Instagram, arrive sur sa page dédiée, consulte les disponibilités et réserve sans vous téléphoner.

03 • RÉSERVATION

Un agenda connecté, pas un planning de plus

La réservation en ligne n’est utile que si elle évite la double saisie. L’idéal est de centraliser vos créneaux, les durées de prestation, les pauses, les collaborateurs et les ressources nécessaires, comme une cabine.

Les bons automatismes

Confirmation immédiate, rappel avant rendez-vous, consignes de préparation, possibilité de décaler selon vos conditions et alerte en cas d’annulation. Une liste d’attente peut proposer un créneau libéré à une autre cliente.

Quels outils examiner ?

Des solutions spécialisées comme Planity ou Fresha, ou un système de réservation relié à votre site WordPress. Comparez les fonctionnalités réellement disponibles, les frais, la propriété des données et les possibilités de connexion avec vos autres outils.

Un parcours sans friction

Limitez le nombre d’étapes : prestation, professionnel si nécessaire, date, coordonnées, confirmation. Sur téléphone, chaque clic inutile peut faire abandonner la réservation.

> Question pratique : si une cliente annule à 8 h pour 14 h, pouvez-vous proposer automatiquement ce créneau à votre liste d’attente ?

04 • RELATION CLIENT

Fidéliser avec attention, sans multiplier les messages

La fidélisation repose sur des attentions utiles, pas sur des relances permanentes. Après un soin, un message bien choisi peut remercier la cliente, transmettre des conseils adaptés ou lui rappeler comment reprendre rendez-vous.

Une fiche cliente bien pensée

Historique des rendez-vous, préférences de communication, prestations habituelles et notes strictement nécessaires au service. Les données sensibles ou liées à la santé exigent une vigilance particulière : ne collectez pas ce qui n’est pas indispensable.

Des scénarios simples

Un message de bienvenue après une première visite, un rappel de carte-cadeau arrivant à échéance, une demande d’avis non insistante ou une information sur une nouvelle prestation, uniquement dans le respect des choix de communication de la cliente.

Cartes-cadeaux et fidélité

Permettez l’achat en ligne d’un bon cadeau avec réception par courriel. Pour la fidélité, préférez un avantage clair et facile à comprendre plutôt qu’un système complexe.

> Le bon réflexe : distinguez toujours les messages de service (confirmation, rappel) des messages promotionnels, qui nécessitent des règles et choix de consentement adaptés.

05 • COMMUNICATION

Des réseaux sociaux qui donnent envie de réserver

Vos réseaux montrent votre savoir-faire, mais ils doivent aussi faciliter le passage à l’action. Un beau visuel sans tarif, sans localisation ou sans lien de réservation peut susciter de l’intérêt sans générer de rendez-vous.

Trois formats faciles à tenir

Une courte vidéo d’ambiance, un carrousel pédagogique (« comment choisir son soin ? ») et une publication pratique (« disponibilités cette semaine »). Privilégiez une fréquence régulière que vous pouvez réellement maintenir.

Produire plus vite

Canva ou Adobe Express peuvent aider à créer des modèles cohérents. Un outil de planification permet de préparer plusieurs publications à l’avance. L’IA peut proposer des idées et des variantes de textes, à relire avant diffusion.

Respecter les personnes

Avant de publier une photo reconnaissable, vérifiez les autorisations nécessaires. Évitez les promesses de résultats irréalistes et les images retouchées qui pourraient induire en erreur.

Mini-méthode : pour chaque publication, ajoutez une seule action claire : « Voir les soins », « Réserver », « Offrir une carte-cadeau » ou « Nous contacter ».

06 • INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

Une assistante pour préparer, pas pour décider à votre place

L’intelligence artificielle peut vous aider à écrire plus rapidement et à organiser vos idées. Elle est particulièrement utile pour les tâches de communication répétitives, à condition de garder votre expertise et votre ton.

Des usages immédiatement utiles

Créer une description claire d’un nouveau soin, préparer cinq idées de publications, reformuler une réponse à un avis, structurer une FAQ, rédiger un courriel de lancement ou transformer vos notes en calendrier éditorial.

Un exemple de demande à l’IA

> « Tu es mon assistant de communication pour un institut de beauté indépendant. Propose trois textes chaleureux de 80 mots pour présenter un soin du visage de 60 minutes, sans promesse médicale. Termine par une invitation à réserver. »

Et les assistants sur le site ?

Un assistant conversationnel peut guider vers les tarifs, horaires, soins et réservations. Il doit s’appuyer sur des informations validées, indiquer ses limites et permettre de contacter facilement une personne.

Ce qu’il faut éviter

Ne transmettez pas à un outil d’IA grand public les fiches personnelles, photos privées ou informations sensibles de vos clientes sans garanties adaptées. Vérifiez les réponses avant publication.

07 • AUTOMATISATION

Relier vos outils pour supprimer les doubles tâches

L’automatisation consiste à faire circuler une information d’un outil à l’autre, sans la recopier. Avec Make ou Zapier, on peut relier des formulaires, un agenda, un tableau de suivi et certains outils de communication, selon les intégrations disponibles.

Scénario 1 : une demande de carte-cadeau

Une commande arrive sur le site → le paiement est confirmé → un courriel contenant la carte-cadeau est envoyé → la vente est ajoutée à un tableau de suivi. Vous n’avez pas à recopier les informations.

Scénario 2 : une nouvelle demande

Une personne remplit un formulaire de contact → la demande arrive dans votre tableau → une confirmation de réception est envoyée → vous recevez une notification pour répondre.

Scénario 3 : un rendez-vous annulé

L’agenda signale l’annulation → le créneau redevient disponible → si le logiciel le permet, les personnes inscrites sur liste d’attente peuvent être informées.

> Important : tous les logiciels ne permettent pas toutes ces connexions. Avant de choisir un outil, vérifiez ses API, ses connecteurs et les règles de protection des données.

08 • ORGANISATION

Un tableau de bord pour piloter votre activité

Un institut moderne ne doit pas vous obliger à ouvrir dix applications pour savoir ce qui se passe. Un tableau de bord simple peut rassembler vos tâches, campagnes, demandes en attente et chiffres utiles.

Notion, Trello ou un espace adapté

Préparez un planning de contenus, une liste de tâches, les idées de nouvelles prestations, les achats à prévoir et les projets de saison. Choisissez un outil facile à utiliser pour vous et votre équipe.

Suivre les bons indicateurs

Regardez les rendez-vous pris en ligne, le taux d’annulation, les créneaux peu remplis, les cartes-cadeaux vendues et l’origine des nouvelles clientes. Évitez de multiplier les statistiques sans objectif.

Un rituel de 20 minutes par semaine

Vérifiez les disponibilités à venir, préparez une publication, traitez les demandes en attente et repérez une petite amélioration possible. Cette régularité vaut souvent mieux qu’une grande réorganisation annuelle.

> Objectif : disposer d’une seule vue claire sur les actions importantes, sans chercher à tout automatiser immédiatement.

09 • EXPÉRIENCE CLIENTE

Des services numériques qui font la différence

Le numérique peut enrichir l’expérience sans la rendre impersonnelle. Il aide la cliente à se préparer, à se repérer et à prolonger les bénéfices de son rendez-vous.

Avant la visite

Accès aux informations pratiques, choix du soin, éventuelles consignes de préparation, confirmation et itinéraire. Un lien unique envoyé après réservation évite plusieurs échanges.

Pendant la visite

Accueil personnalisé, consultation rapide du planning, paiement simple et possibilité d’offrir ou de réserver un prochain soin. L’écran doit rester discret : votre présence reste au centre.

Après la visite

Conseils d’entretien généraux, invitation à donner un avis et lien de réservation pour une prochaine séance, selon les préférences de la cliente.

Des pistes plus avancées

Une carte-cadeau utilisable en ligne, un mini-espace client accessible depuis le navigateur, un programme de fidélité numérique ou une FAQ intelligente reliée aux informations de votre site.

> Le bon critère : chaque nouvelle fonction doit rendre le parcours plus simple, pas ajouter une application de plus à gérer.

10 • PASSER À L’ACTION

Votre plan numérique sur 30 jours

Semaine 1 — Faire le point

Testez votre site sur téléphone, vérifiez la fiche Google, listez les questions les plus fréquentes et notez les tâches répétitives qui vous prennent du temps.

Semaine 2 — Simplifier les rendez-vous

Examinez les possibilités de réservation en ligne, les rappels, la gestion des annulations et la connexion au site. Vérifiez les tarifs et conditions des outils avant de choisir.

Semaine 3 — Mieux communiquer

Préparez trois modèles de publications, actualisez les photos et les pages de prestations, puis ajoutez des boutons de réservation visibles.

Semaine 4 — Automatiser une seule tâche

Choisissez un processus simple : formulaire de contact, envoi de carte-cadeau ou suivi d’une demande. Testez-le de bout en bout avant de l’utiliser avec les clientes.

> À la fin du mois : demandez-vous si les clientes trouvent plus facilement les informations et si vous avez réellement gagné du temps. Ce sont vos deux meilleurs indicateurs.

VOTRE DIAGNOSTIC

Où en êtes-vous aujourd’hui ?

Cochez les affirmations qui correspondent à votre institut. Les réponses vous aideront à identifier les premières améliorations à mettre en place.

☐ Mon établissement est facilement trouvé sur Google et ses horaires sont exacts.

☐ Mes prestations, durées et tarifs sont clairs sur téléphone.

☐ Une cliente peut réserver en ligne sans attendre ma réponse.

☐ Les rappels et annulations sont gérés simplement.

☐ Je peux proposer des cartes-cadeaux numériques.

☐ Je prépare mes publications sans y passer des heures.

☐ J’utilise déjà l’IA pour certaines tâches de communication.

☐ Mes outils échangent des informations sans double saisie.

☐ Je connais les principales sources de mes nouveaux rendez-vous.

Mes trois priorités

1. _____

2. _____

3. _____

ConceptDigiWeb vous accompagne pour créer un site utile, connecter vos outils et mettre en place des automatisations adaptées à votre activité. conceptdigiweb.com