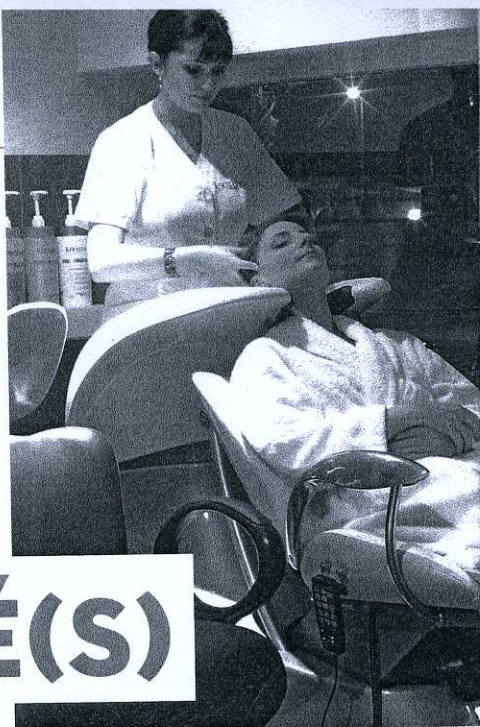


**Il n'y a pas que la coupe ! Pour un client, ce qui compte, c'est aussi la perspective de passer un bon moment, l'assurance d'être pris en considération. Bref, TOUT CE QU'ON APPELLE LA « QUALITÉ DE SERVICE » ! Un point à travailler, surtout actuellement...**

## Service : un salon plein de **QUALITÉ(S)**



**C**à et là, chartes et autres référentiels de qualité voient le jour : une approche dont tout coiffeur peut s'inspirer. Eric Stipa a ainsi lancé sa Charte Qualité il y a 8 ans : « Créée par les labellisés », tient à souligner Grégory Stipa, directeur du développement du groupe Eric Stipa. Philippe Grosjean, directeur général délégué des organismes de formation Pilotis et Centoridep, a élaboré de son côté ce qu'il appelle le « Référentiel Qualité Coiffure », fondé sur le parcours du client à l'intérieur du salon. Enfin, la Fédération nationale de la coiffure (FNC) a mis au point une démarche qualité baptisée « Cap Qualité Coiffure », qui repose sur 3 piliers : un guide de bonnes pratiques, une formation, et un label « Haute Qualité Coiffure »

décerné en collaboration avec l'Afnor. Si, pour l'instant, seuls 7 salons ont obtenu la certification -valable pour 2 ans, après contrôle de pas moins de 110 points-, 120 d'entre eux se sont engagés dans cette voie.

### **UN SERVICE DE PREMIER CHOIX EST UN SERVICE... CONSTANT !**

Point commun à toutes ces démarches : si on bute souvent sur les mêmes pierres d'achoppement d'un salon à un autre (« absence de fluidité entre le bac et le banc de coiffage », pour Philippe Grosjean ; « manque de lisibilité des tarifs », pour Isabelle Roy, directrice du département Développement économique et qualité à la FNC), l'idée est surtout de mobiliser les équipes autour de la notion de service (souvent défaillante

en France) ! « Il ne s'agit absolument pas d'élaborer un "référentiel qualité" identique pour tous les salons : à chacun de créer le sien, selon son concept, son positionnement, l'environnement, précise cette dernière. D'ailleurs, la formation a d'abord pour but d'aider les coiffeurs à s'organiser, à déléguer, de leur donner des outils. L'objectif, c'est que sur place, les choses se passent toujours de la même manière, quels que soient le jour de la semaine et le collaborateur. » Systématique... c'est le maître mot. Les réflexes, bonnes pratiques, etc., doivent devenir systématiques, du lundi au samedi, que le salarié soit jeune ou proche de la retraite. Et pourquoi ne pas les consigner dans un livret, mis à disposition du tout nouvel embauché ? Mais un salon de coiffure, ce n'est pas une multinationale ! L'idée est aussi de rester dans une démarche souple, plus mobilisante que « contrôlante », avec des moments où l'équipe prend du recul et s'auto-évalue.

### **ÉTUDE DE SATISFACTION**

## Les Juniors Entreprises, une vraie bonne idée

**D'**après Philippe Grosjean, le défaut des questionnaires distribués en salon, c'est que « les réponses sont à 90% positives, pour une raison très simple : on est là dans une relation thérapeutique, entre quelqu'un qui se sent "profane" et un autre qui maîtrise des techniques

inconnues de lui ». Pour supprimer ce biais, il suggère donc de confier à une Junior Entreprise le soin de poser les questions aux clients dans la rue, à la sortie du salon. Les Juniors Entreprises, rappelons-le, sont ces associations d'étudiants qui proposent de réaliser des projets ou études

pour le compte de sociétés. Le tarif demandé est donc modéré. « On prévoit un nombre limité de questions, on laisse une partie d'"expression libre" aux clients, toujours intéressante... Recueillir 50 questionnaires, c'est déjà pas mal, 100 c'est carrément bien ! » souligne le consultant.

### **LES VISITES-MYSTÈRE : UN OUTIL EFFICACE S'IL EST BIEN CONÇU**

Grand classique de la mesure de la qualité de service, les visites-mystère font partie du parcours balisé par la FNC pour obtenir son label, et existent aussi dans le groupe Eric Stipa. Rappelons le principe : un enquêteur se présente incognito, sous l'apparence d'un client lambda ; il remplit à la sortie un questionnaire sur le salon,

