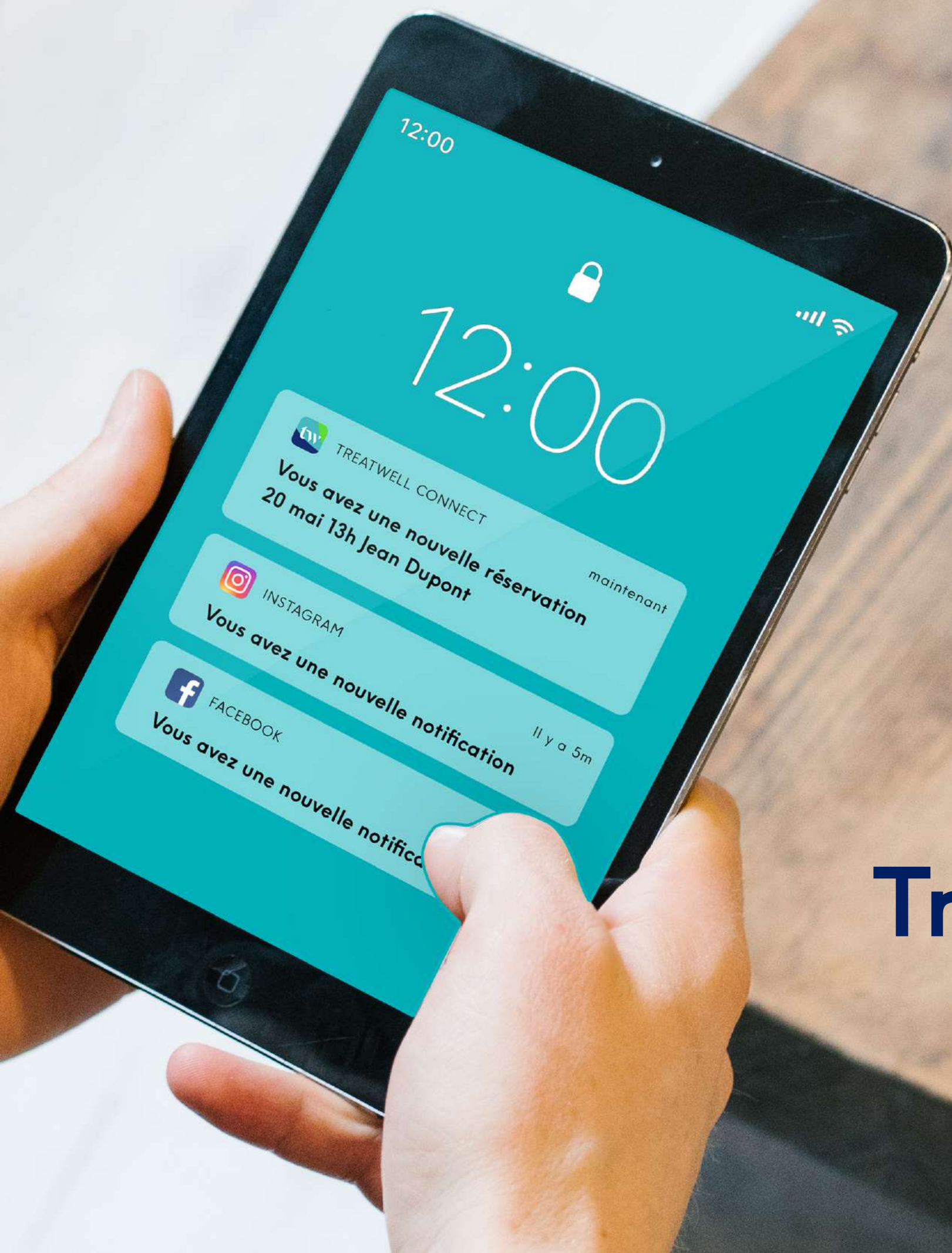


treatwell
connect



Transformez vos followers en clients

Avec ce guide, les réseaux sociaux
n'auront plus de secrets pour vous

Sommaire

Chapitre 01

Les réseaux sociaux en quelques chiffres

Page 4

Chapitre 02

Création de profils professionnels
Facebook et Instagram

Page 8

Chapitre 03

Fixez-vous des objectifs

Page 16

Chapitre 04

Comment créer du contenu pertinent ?

Page 20

Chapitre 05

Comment prendre des photos de qualité ?

Page 23

Chapitre 06

Comment faire de (super) vidéos
pour vos réseaux sociaux ?

Page 28

Chapitre 07

Créer de l'engagement et obtenir des followers

Page 31

Chapitre 08

Quelques inspirations de publications

Page 34

Chapitre 09

Quelques astuces de pro

Page 38

Chapitre 10

Glossaire

Page 42

Chapitre 11

Treatwell Connect

Page 44

Introduction

En 2021, lorsque nous souhaitons réserver un service en ligne quel qu'il soit, nous recherchons des photos pour nous aider à nous décider. Nous regardons les photos des plats pour choisir le restaurant dans lequel dîner ou l'aspect des chambres pour choisir l'hôtel dans lequel séjourner.

Les clients procèdent de la même façon pour réserver leurs soins beauté et bien-être surtout dans une industrie où le rendu final de la prestation réalisée est un facteur déterminant dans le processus de décision. Les clients veulent pouvoir accéder à un maximum de visuels pour les comparer et décider quelle prestation réserver et dans quel salon.

En effet, plus un salon de coiffure ou de beauté fournit de visuels de ses réalisations sur les réseaux sociaux ou son site internet, plus il transformera ses internautes en clients.

De plus, les français passent en moyenne 3 heures par jour sur les réseaux sociaux et outils de messagerie. Cela représente une énorme opportunité pour les professionnels du secteur de la beauté qui, pour encourager le client à réserver, doivent mettre en avant les visuels de leurs plus belles prestations.

Il existe différents réseaux sociaux gratuits qui vous permettent d'atteindre plusieurs cibles de clients. De nos jours, avoir un profil professionnel Instagram et une page Facebook est indispensable.

01

Les réseaux sociaux
en quelques chiffres

Les internaute_s français



75,9% sont sur les réseaux sociaux en janvier 2021

96% se connectent aux réseaux sociaux via leur smartphone

74% utilisent Facebook

49,3% utilisent Instagram (utilisateurs actifs)

71% recommandent une marque à leur famille et à leurs amis s'ils ont eu une expérience positive avec celle-ci sur les réseaux sociaux



Le temps journalier moyen

58 min

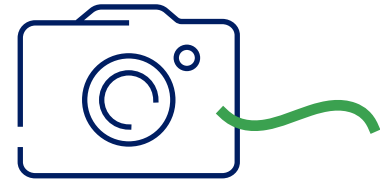


sur Facebook,
Messenger ou WhatsApp

55 min



sur Instagram



Instagram

500
millions

d'utilisateurs quotidiens de la
fonctionnalité story (chiffre
mondial en janvier 2019)

84%

des utilisateurs disent
découvrir de nouveaux produits
et services sur Instagram

50%

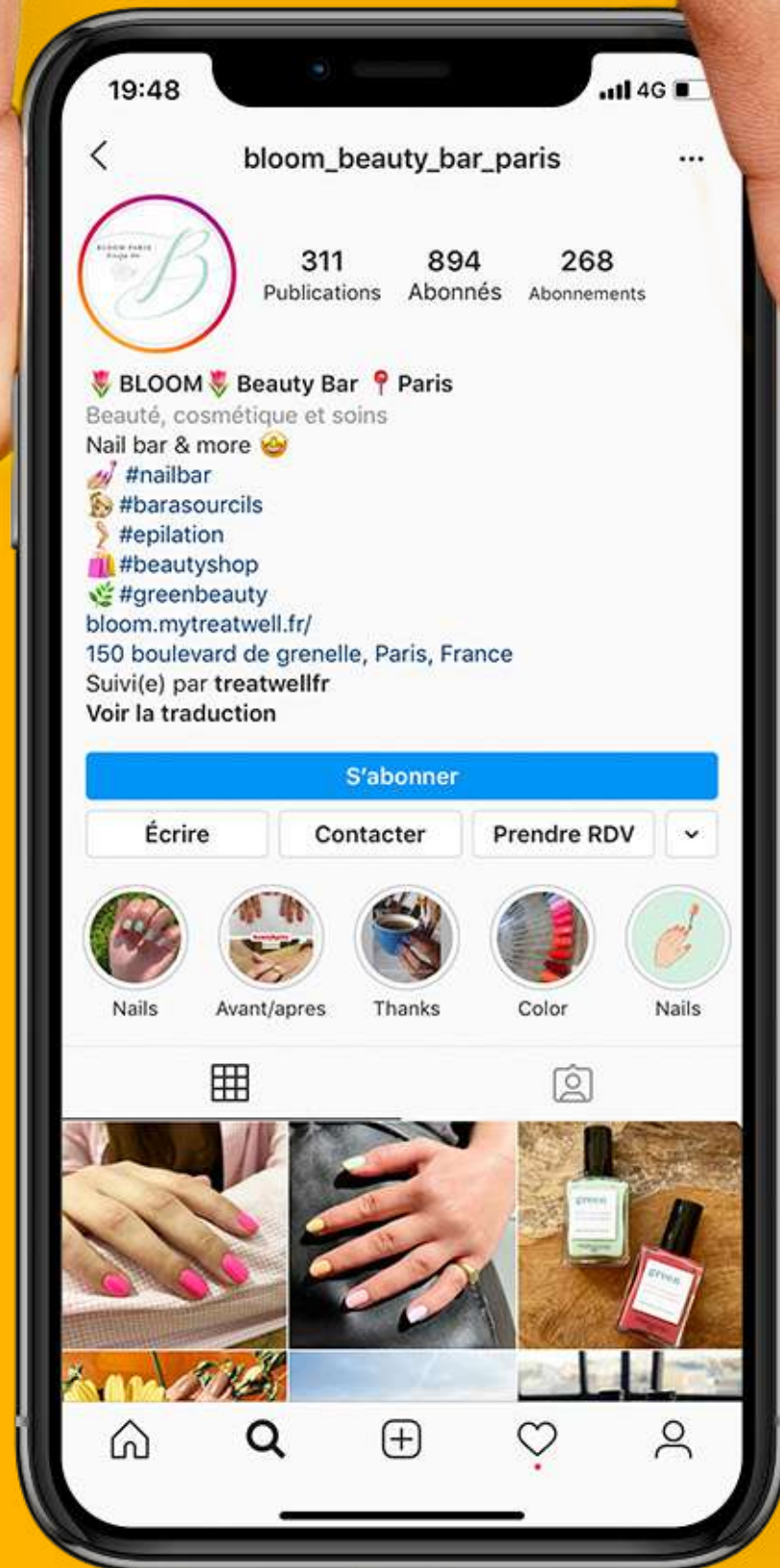
des utilisateurs suivent au
moins 1 marque ou entreprise

10

c'est en moyenne, le nombre de fois
qu'un utilisateur français ouvre son
application Instagram dans une journée



Création de profils professionnels Facebook et Instagram



Il est nécessaire d'avoir une page professionnelle pour vos différents canaux de communication. Les réseaux sociaux offrent la possibilité aux professionnels de créer des comptes et profils dédiés avec plus de paramètres pour gérer leur communauté et promouvoir leurs services.

Concrètement, ces profils s'accompagnent d'une série d'outils pratiques qui vous aident à répondre aux besoins suivants :



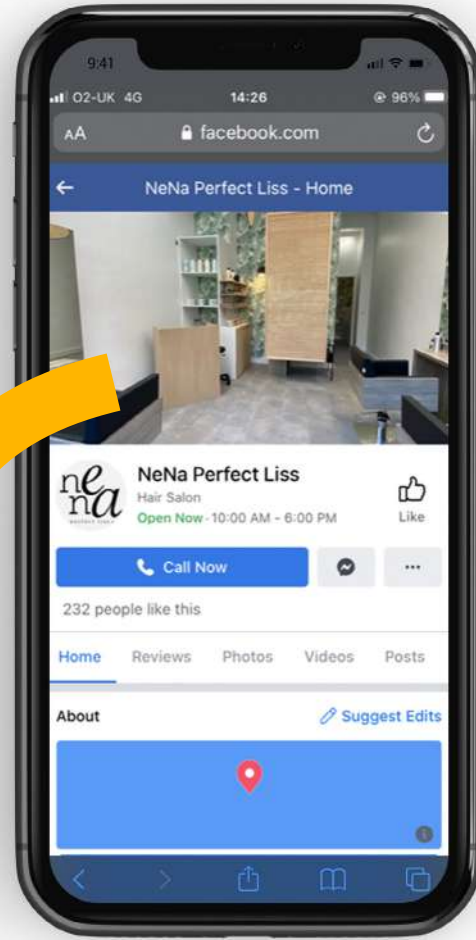
Qui est votre cible : Déterminez quelle cible s'intéresse de près à vos publications et actualités



Quel contenu fonctionne le mieux auprès de votre communauté en ligne et le moins bien : quels sont les posts qui ont le plus d'impact auprès de vos abonnés ?



Votre développement et croissance en ligne : combien de nouveaux abonnés gagnez-vous chaque semaine ?



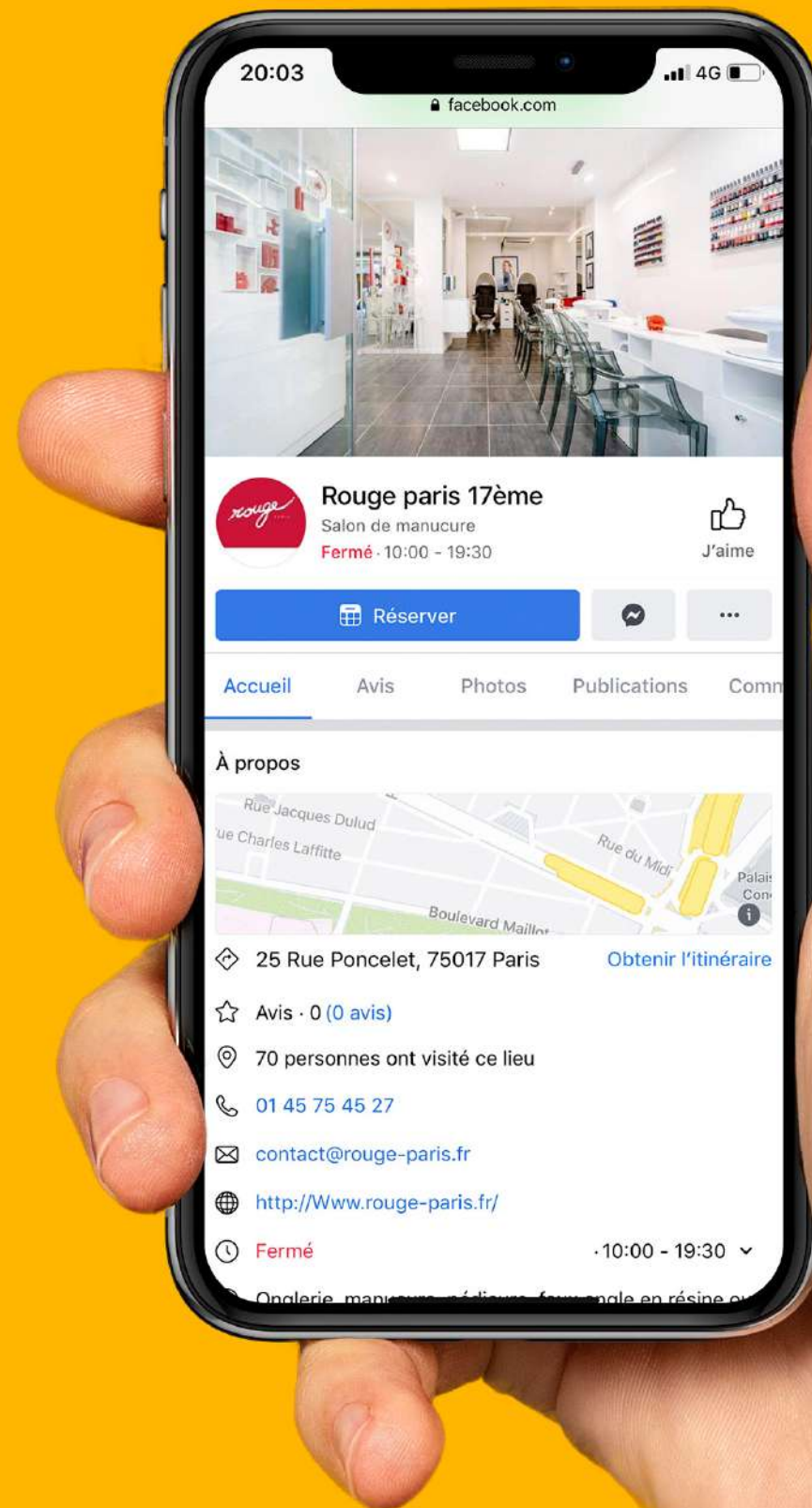
Créez votre Compte Professionnel en seulement 5 minutes :

1 Premièrement, utilisez votre profil Facebook personnel (ou créez-en un nouveau si vous n'êtes pas encore sur ce réseau social).

2 Connectez-vous sur Facebook et configurez votre nouvelle page professionnelle. En tant que gérant de salon de coiffure ou de beauté, vous voudrez être répertorié comme Spas/Beauté/Esthétique/Bien-être, dans la catégorie "Entreprise ou marque" et la sous-catégorie "Entreprise"...

3 Remplissez le maximum de champs d'information que vous le pouvez pour commencer (coordonnées, horaires du salon etc.). Si vous n'avez pas la possibilité de tous les remplir en une fois, vous aurez toujours la possibilité d'y revenir plus tard.

4 Téléchargez l'application Instagram si vous ne l'avez pas déjà et créez un nouveau compte pour votre salon de coiffure ou de beauté.



5 Accédez à votre profil sur l'application, cliquez ensuite sur les 3 barres horizontales situées en haut à gauche de votre profil.

6 Un écran de paramètres va s'ouvrir et se décaler sur la gauche. Cliquez sur « Paramètres » en bas de cet écran puis sur la section « Compte ». Enfin, appuyez sur l'option « Passer en compte professionnel ».

7 Vous pourrez alors vous connecter à la nouvelle page professionnelle Facebook de votre salon. Remplissez toutes les informations manquantes si besoin et paramétrez vos profils Instagram et Facebook en public.

Et voilà. Vos pages professionnelles sont prêtes !

**Réserver maintenant**

Le saviez-vous ?

Instagram a choisi Treatwell pour développer le bouton “Réserver maintenant” sur les profils professionnels de la coiffure et de la beauté.

En étant partenaire Treatwell, les internautes et vos abonnés qui consultent votre profil peuvent donc prendre directement rendez-vous dans votre salon depuis vos réseaux sociaux. Ce sont donc de nouveaux clients supplémentaires pour vous ! Une fois vos pages professionnelles créées, l’un de nos consultants Treatwell vous accompagne pour installer ces boutons de réservation (autrement appelés “widgets”).

Cela n’est qu’une facette de la façon dont nous optimisons l’expérience de réservation des soins beauté et bien-être, pour vous comme pour vos clients !

Rendez-vous sur treatwell.fr/partenaires/ pour en savoir plus.

Maintenant que vos profils sont paramétrés, il peut être tentant d'y poster du contenu mais avant cela nous vous recommandons d'optimiser votre profil. Peu importe le réseau social, c'est votre bio la première chose que vos abonnés voient quand ils se rendent sur votre profil alors n'hésitez pas à l'enrichir d'informations sur votre salon :

Qui êtes-vous ?

Depuis combien de temps votre salon existe ?

Qu'est-ce que vous aimez le plus dans votre activité ?

Quel type de clientèle recherchez-vous ?

Etes-vous spécialisé dans certains types de prestations ?



Communiquez le plus d'informations sur votre salon de coiffure ou de beauté : plus il y en aura et plus les clients auront une idée de qui vous êtes, de ce que vous faites et pourront vous faire confiance.



Sur Instagram

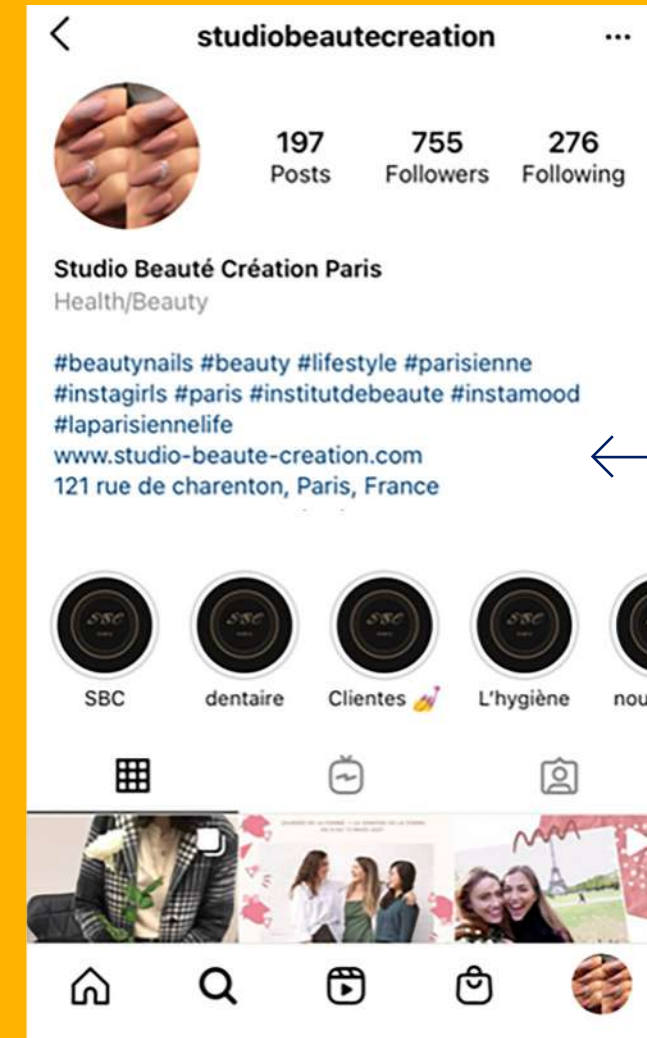
la limite de caractères dans la bio est de 150 caractères.



Sur Facebook

la limite de caractères pour la description de votre page est de 255 caractères.

treatwell
connect



linktr.ee/votrenomici



Astuce :

Pour pouvoir partager plusieurs pages web à vos abonnés et que le rendu soit professionnel, installez un lien **Linktree** dans votre bio. Cet outil permet de relier votre communauté à l'ensemble de vos contenus à l'aide d'un seul lien : aidez-les à découvrir tous vos contenus importants (réseaux sociaux, site internet, site de e-commerce etc).



Fixez-vous
des objectifs

Avant de vous lancer, il est plus prudent de vous fixer des objectifs et de définir votre champ d'action. Les possibilités en ligne sont quasiment infinies alors pour éviter de vous disperser et en tirer au maximum profit, réfléchissez aux résultats que vous souhaitez atteindre et à votre but final.

Quel message souhaitez-vous transmettre via vos réseaux sociaux ? En effet, se fixer des objectifs sert avant toute chose à tirer de précieuses leçons sur ce qui fonctionne ou non. En tant que gérant d'un salon de coiffure ou de beauté, vous avez probablement déjà une idée de ce que vous voulez obtenir. Le principal est de la garder en tête sur le long terme.

Découvrez ci-dessous quelques idées à garder à l'esprit lorsque vous créez du contenu à poster pour votre communauté. Par exemple, pour chaque post vous pouvez vous demander si cela va vous aider à :



1

Faire connaître l'image de marque de votre salon



2

Attirer de nouveaux clients en développant votre réputation grâce au bouche à oreille



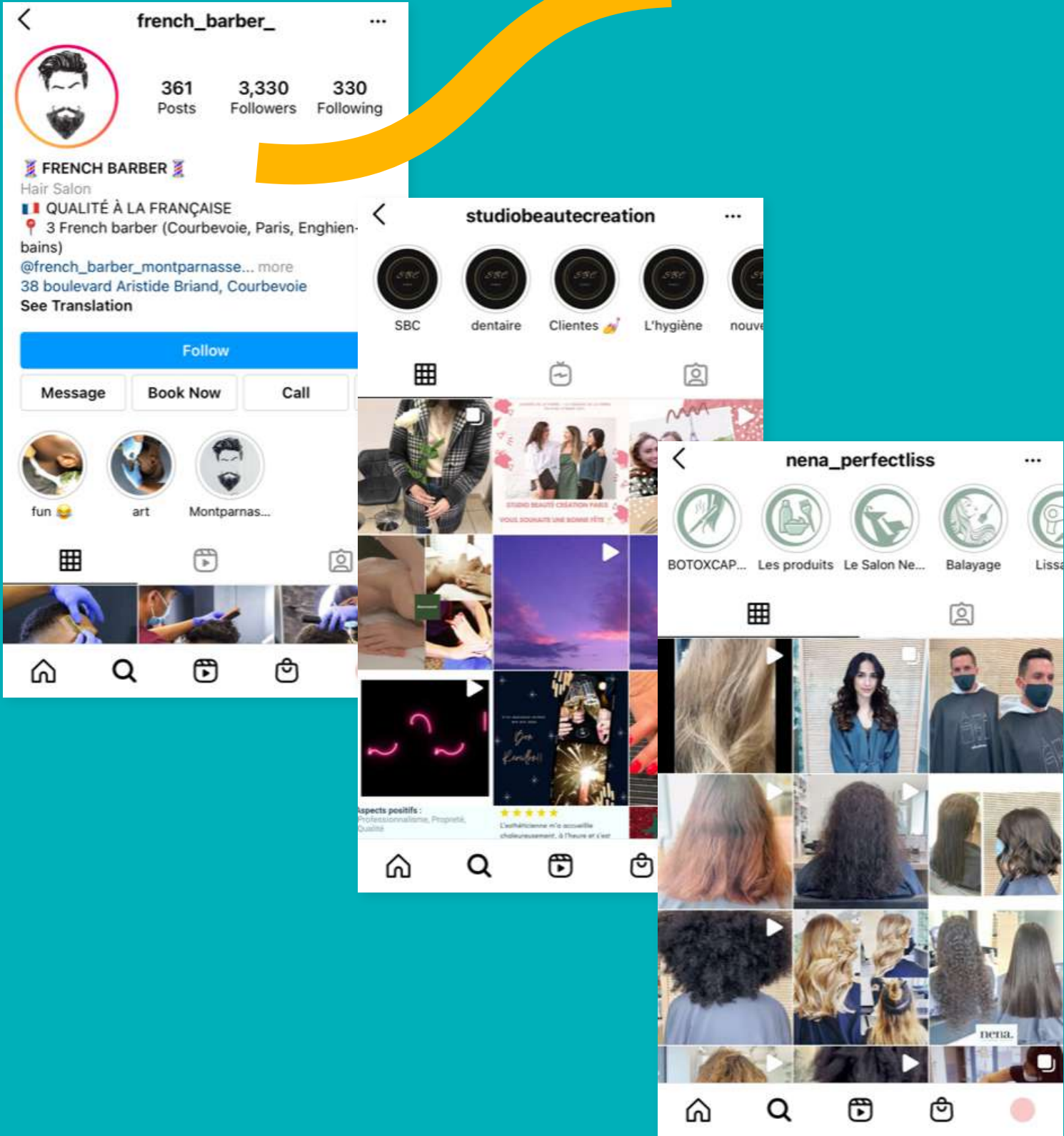
3

Augmenter le taux de fidélisation de vos clients existants et créer une communauté



4

Offrir une expérience forte et positive à vos clients, du début à la fin

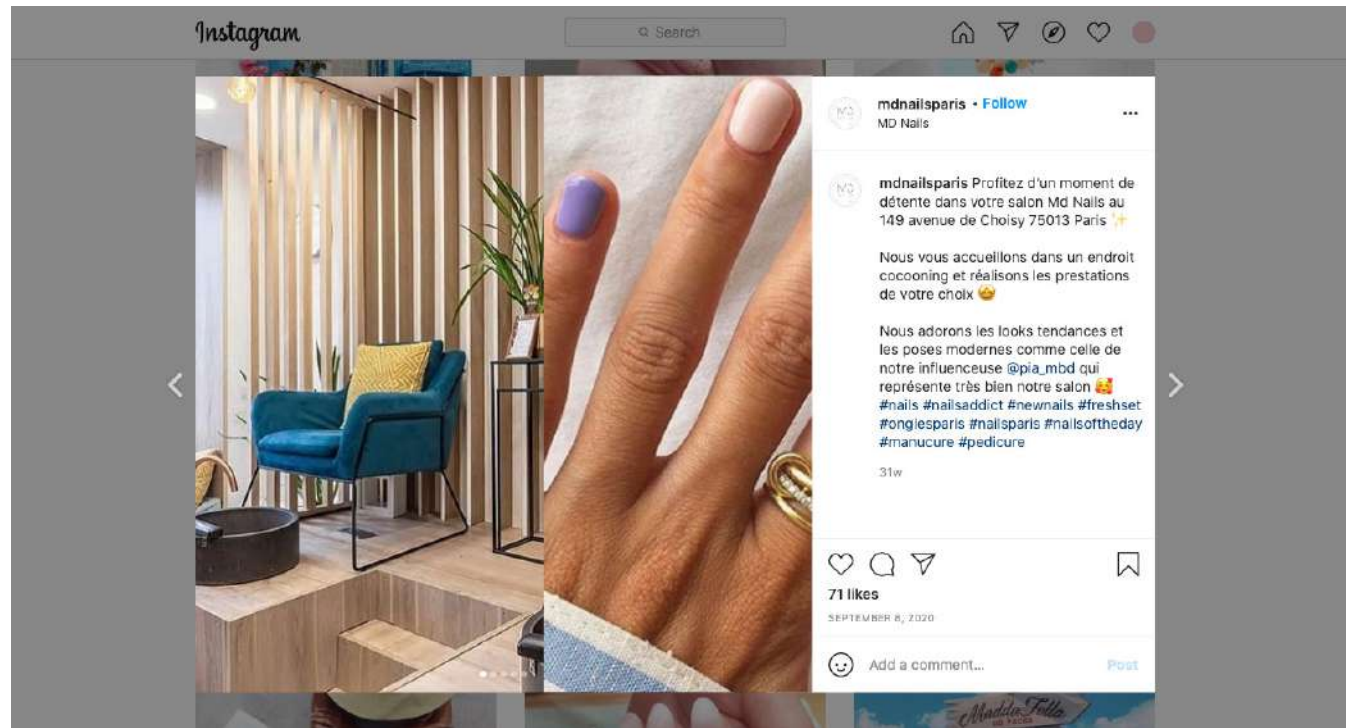


Astuce

C'est à vous de décider sur quoi vous voulez mettre l'accent. Cela dit, il est parfois utile de jeter un coup d'œil à ce que font les autres salons de coiffure ou de beauté autour de vous sur leurs réseaux sociaux pour trouver de l'inspiration. Une de leurs idées de post vous paraît bonne ? Inspirez-vous en !

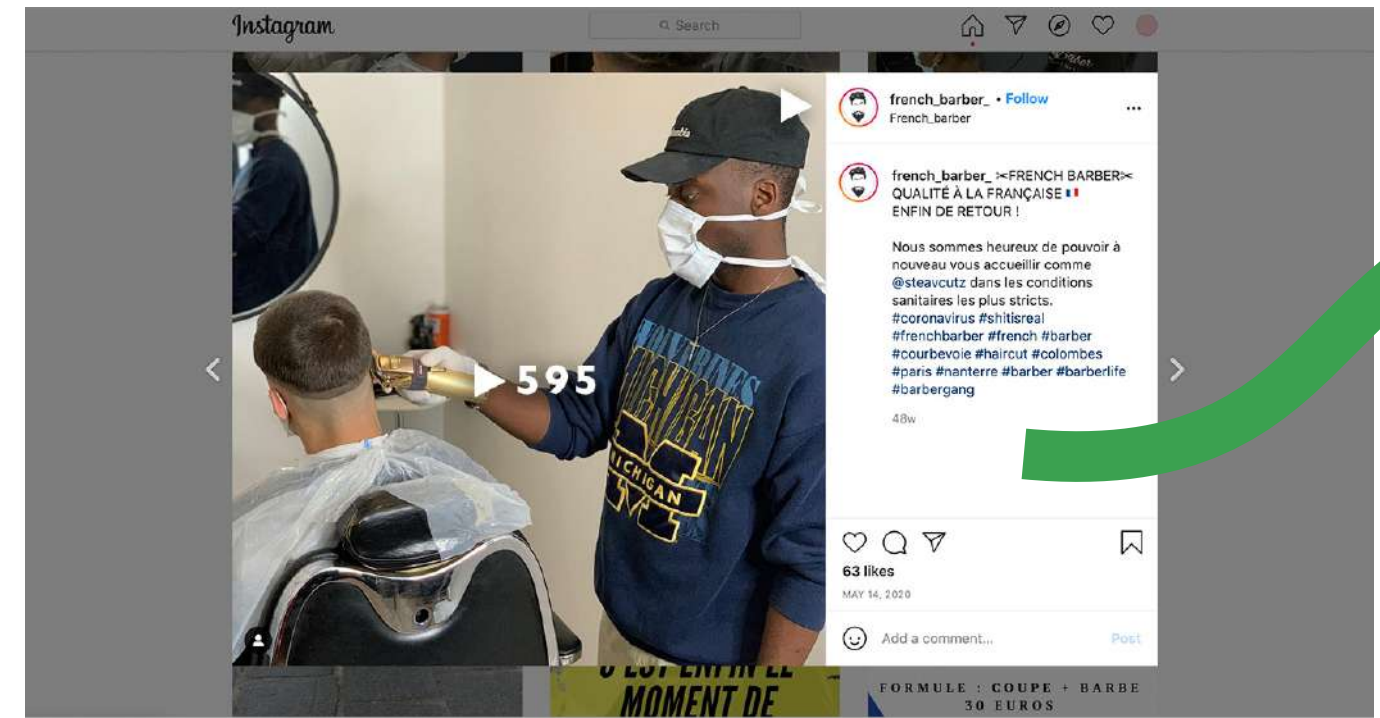
04

Comment créer du
contenu pertinent ?



Vendez l'expérience

Ne mettez pas seulement vos réalisations en avant mais l'expérience client dans son intégralité. Quelle partie de votre salon de coiffure ou de beauté souhaitez-vous révéler ? Choisissez un espace cosy, avec de jolies plantes, des miroirs, des couleurs etc. Assurez-vous d'avoir un bel éclairage, de préférence la lumière du jour. Poster du contenu à la fois sur vos réalisations et l'expérience client est la clé du succès pour fidéliser votre clientèle.

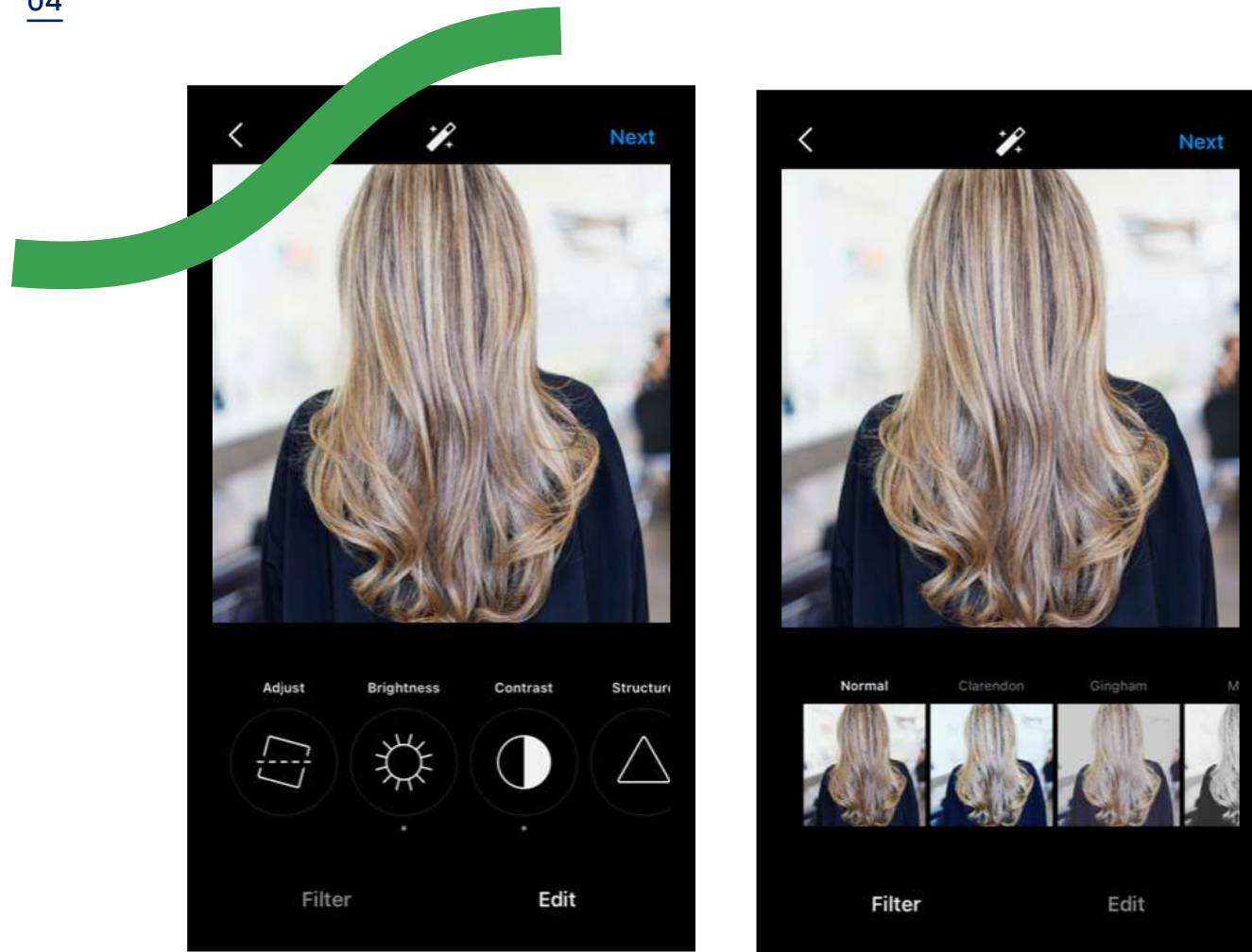


Utilisez du contenu vidéo

Utiliser des vidéos peut varier le contenu de vos publications. Il peut s'agir d'une vidéo courte pour montrer le résultat d'une de vos prestations sous toutes ses formes ou une vidéo plus longue dans laquelle vous expliquez l'une de vos techniques de A à Z. Nous vous recommandons de rester sur des formats de vidéos courts pour que votre communauté reste intéressée et engagée.

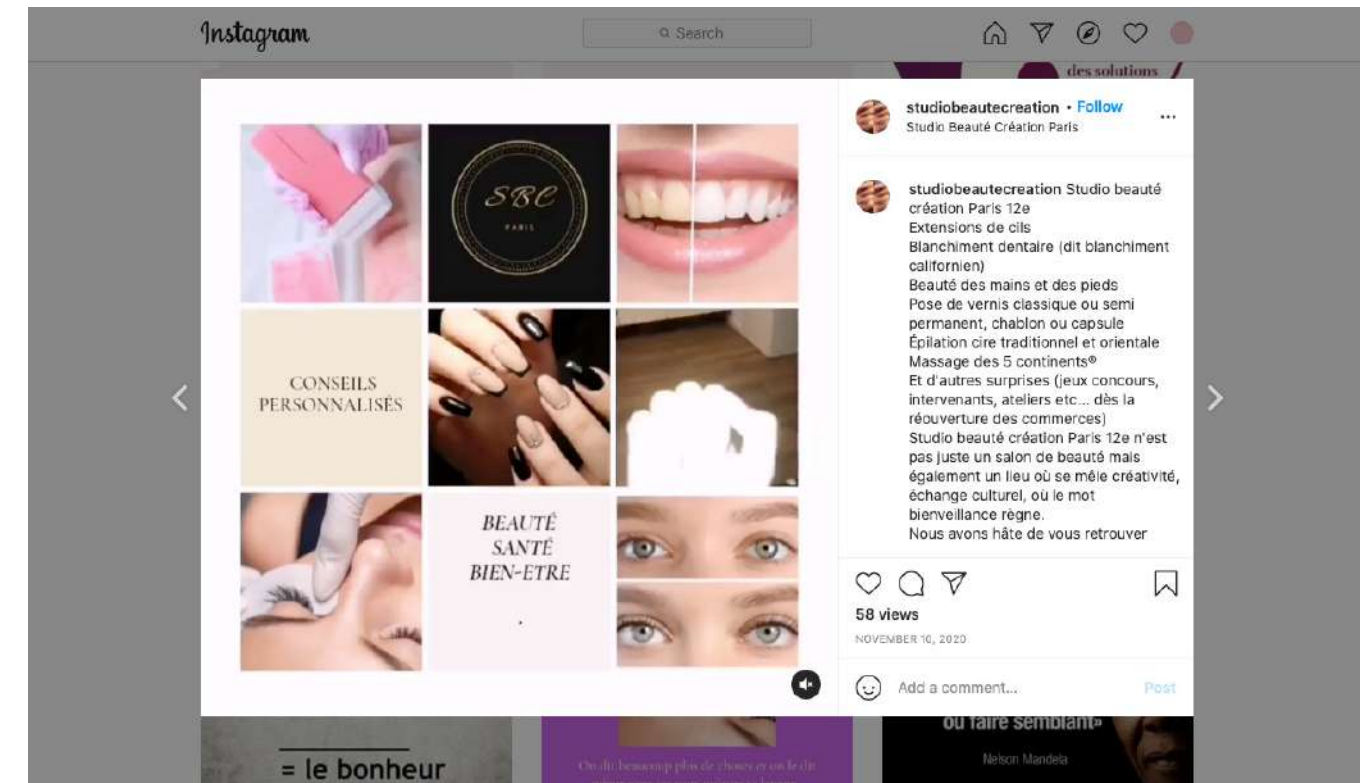


Notre astuce ? Utilisez l'application iMovie. Il vous sera alors possible de couper votre vidéo pour la raccourcir. Faites des montages ou encore ajoutez une musique de fond ou une voix-off pour expliquer son contenu.



N'abusez pas des filtres

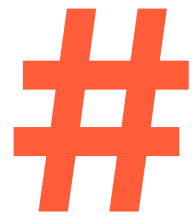
Ajustez la luminosité de votre image si nécessaire mais ne déformez pas les couleurs sinon il ne s'agira plus d'une représentation fidèle de votre travail ou de votre salon de coiffure ou de beauté. Les clients ne seront plus en mesure de s'identifier à vos réalisations. En effet, être honnête et authentique avec vos clients vous permettra de créer une relation de confiance pérenne avec eux.



Vous êtes l'expert

Profitez de vos réalisations pour montrer ce que vous proposez au salon mais aussi pour mettre en lumière votre expertise et savoir-faire. Vous pouvez par exemple montrer les produits que vous utilisez pour obtenir une aussi belle peau après un soin du visage. Tous les clients souhaitent prendre rendez-vous avec un expert dans leur domaine.

Lorsque vous publiez un post, une story ou une photo



Utilisez des hashtags pertinents

Utilisez des jeux de mots et des hashtags relatifs à l'actualité. Par exemple : fêtes de fin d'années, arrivée du printemps, déconfinement, réouverture etc. Cela aidera les clients à trouver votre photo (et votre salon) plus facilement s'ils tombent sur un hashtag similaire.



Taguez @treatwellfr dans vos posts

Vous bénéficierez d'une plus grande visibilité car nous republions régulièrement les contenus de nos salons partenaires pour les mettre en avant. Utilisez notre hashtag #treatwellfr : les clients et les salons partenaires peuvent l'utiliser pour partager leur expérience.



Trouvez l'inspiration pour vos prochains posts

Suivez les pages des marques et prestataires avec lesquels vous travaillez.

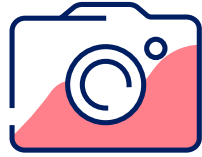
Vous pourrez vous servir de leurs publications pour en faire vous-même : inspirez-vous en, enregistrez les images et programmez votre prochaine publication sur votre page.

Les magazines seront une belle source d'inspiration, n'hésitez pas à partager les tendances coiffures.

Suivez les pages telles que Beauty Forum, Les Nouvelles Esthétiques, Profession Bien-Être, Estetica, mais aussi les revues généralistes : Elle, Marie-Claire, Biblond, Coiffure de Paris, Grazia...



Comment
prendre des
photos de qualité ?



Créer une solide image de marque pour son salon de coiffure ou de beauté est fondamental pour être visible sur Instagram. En particulier car Instagram est connu pour ses visuels de qualité et ses belles images. L'utilisation de l'éclairage contribuera grandement à créer une esthétique forte et reconnaissable pour votre salon de coiffure et de beauté. Concrètement, cela peut s'avérer très rentable d'investir de votre temps pour obtenir de belles photos de votre salon. Vous n'êtes pas obligés de faire appel à un professionnel, il vous faut simplement un peu de temps, un smartphone et une belle lumière naturelle.



Rendez votre salon Instagrammable



Vérifiez l'éclairage

La qualité d'une photo est bien meilleure lorsqu'elle est prise sous un bon éclairage, qu'il soit naturel ou artificiel. Prenez votre salon en photo lorsqu'il est éclairé par la lumière naturelle pour obtenir le meilleur résultat. Essayez d'éviter les ombres. Vous pouvez aussi optimiser vos photos avec l'ajout d'un filtre chaud si elles paraissent froides. Nous vous recommandons simplement de ne pas en abuser, l'objectif étant que le rendu soit naturel.



Donnez un coup de propre

Cela vous paraît peut-être évident mais vous seriez surpris du nombre de gérants de salons qui n'y pensent pas. Évitez les tas de cheveux par terre ou les produits dispersés un peu partout ! Pensez à aligner vos produits sur vos étagères et ranger les objets pouvant apparaître dans le champ.



Aménagez-le intelligemment

La mise en avant de certaines pièces et de votre mobilier peut participer à rendre votre salon unique. De jolis miroirs sont un bon exemple : ils peuvent rendre la pièce plus grande et plus éclairée. Si possible choisissez un fond neutre.



Osez

Prendre des photos de vous avec votre équipe aide à rendre votre salon de coiffure ou de beauté plus vivant et humain, après tout vous y êtes tous les jours alors souriez !



Pensez à la pose

En particulier pour les ongles, car l'angle de vue peut parfois avoir l'air bizarre. La pose la plus sûre consiste à garder la main tendue avec les doigts serrés ou bien la main fermée avec le bout des doigts contre la paume...



Encouragez les clients à prendre eux aussi des photos

Les gens font confiance aux recommandations de leurs amis et de leur famille - encouragez vos clients à partager des photos de vos prestations, demandez-leur de vous taguer s'ils postent une photo.



Comment faire
de (super) vidéos
pour vos réseaux
sociaux ?

Comment faire de (super) vidéos pour vos réseaux sociaux

Pour filmer

Positionnez toujours votre portable à la verticale, comme une story Instagram.

Choisissez un lieu lumineux

La lumière naturelle est à privilégier : placez-vous devant une fenêtre par exemple pour éviter l'effet en contre-jour.

Choisissez un support stable

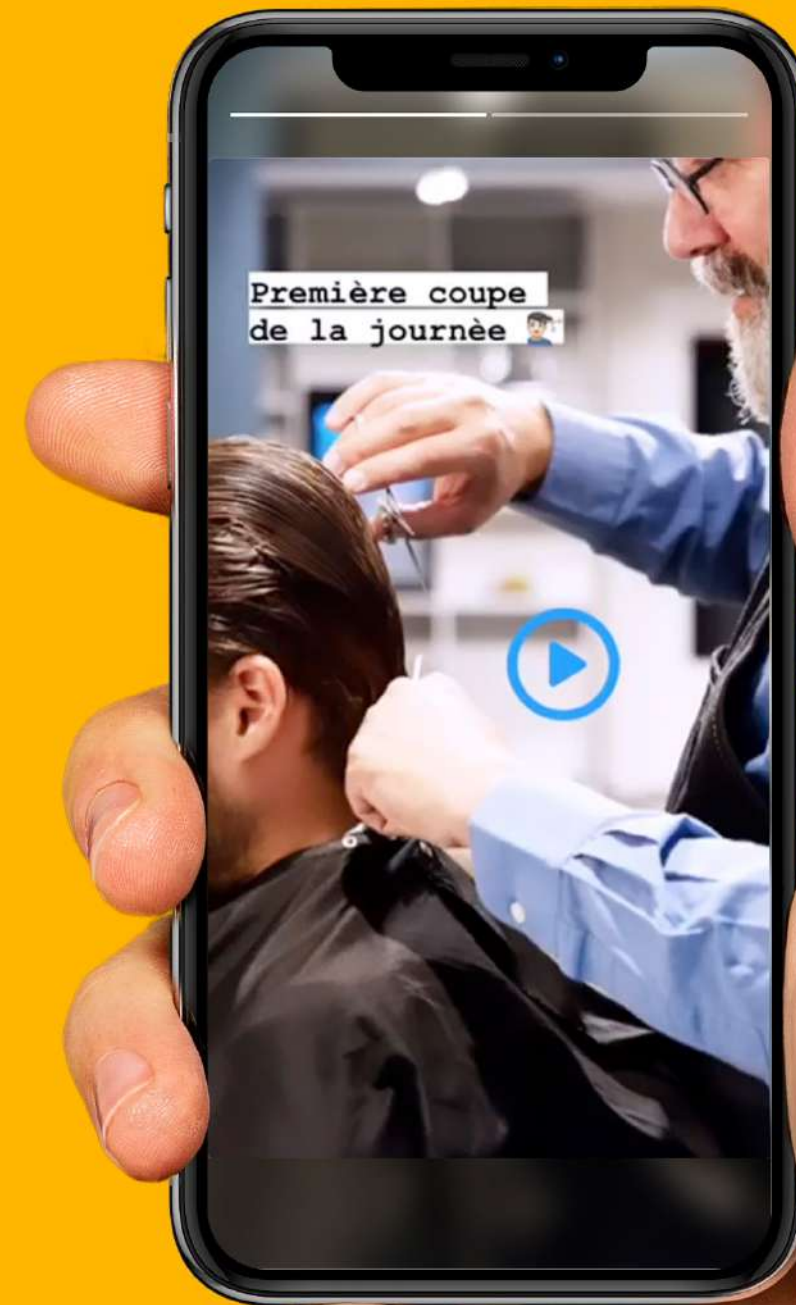
Sur lequel placer votre portable ou caméra pour que l'image ne tremble pas. Utilisez un trépied ou une pile de livres pour vous aider.

Portez une tenue que vous aimez

Pourvu que celle-ci ne se fonde pas dans le décor.

Faites quelques tests

Faites une première vidéo test et vérifiez les images pour vous assurer de la qualité de la vidéo.





Créer de
l'engagement
et obtenir
des followers

Pour engager sa communauté il vous faut poster du contenu régulièrement sur les réseaux sociaux et les faire participer : n'attendez pas juste des likes ou des partages. Demandez-leur ce qu'ils aimeraient voir ou les informations qu'ils recherchent. Que pensent-ils de vos nouveautés, actualités et dernières tendances ? Une vraie communication est à double sens.

Essayez de toujours

1



Partager votre avis

2



Encourager la discussion avec vos followers

3



Utiliser des hashtags pertinents

4

Un tuto en live ce soir 19h? 😊



Impliquer vos abonnés

5



Mettre en avant vos réalisations avec un avant/après



Échangez avec
votre communauté

Répondez aux commentaires que vos abonnés vous laissent, qu'ils se sentent aussi importants que s'ils étaient en votre compagnie dans votre salon. Instagram propose de nombreux outils faciles à utiliser pour interagir avec sa communauté comme les sondages ou les quizzes. L'objectif pour les professionnels d'interagir avec les clients via les réseaux sociaux n'est pas seulement de créer et de renforcer leur relation mais aussi d'identifier leurs besoins et de pouvoir y répondre.

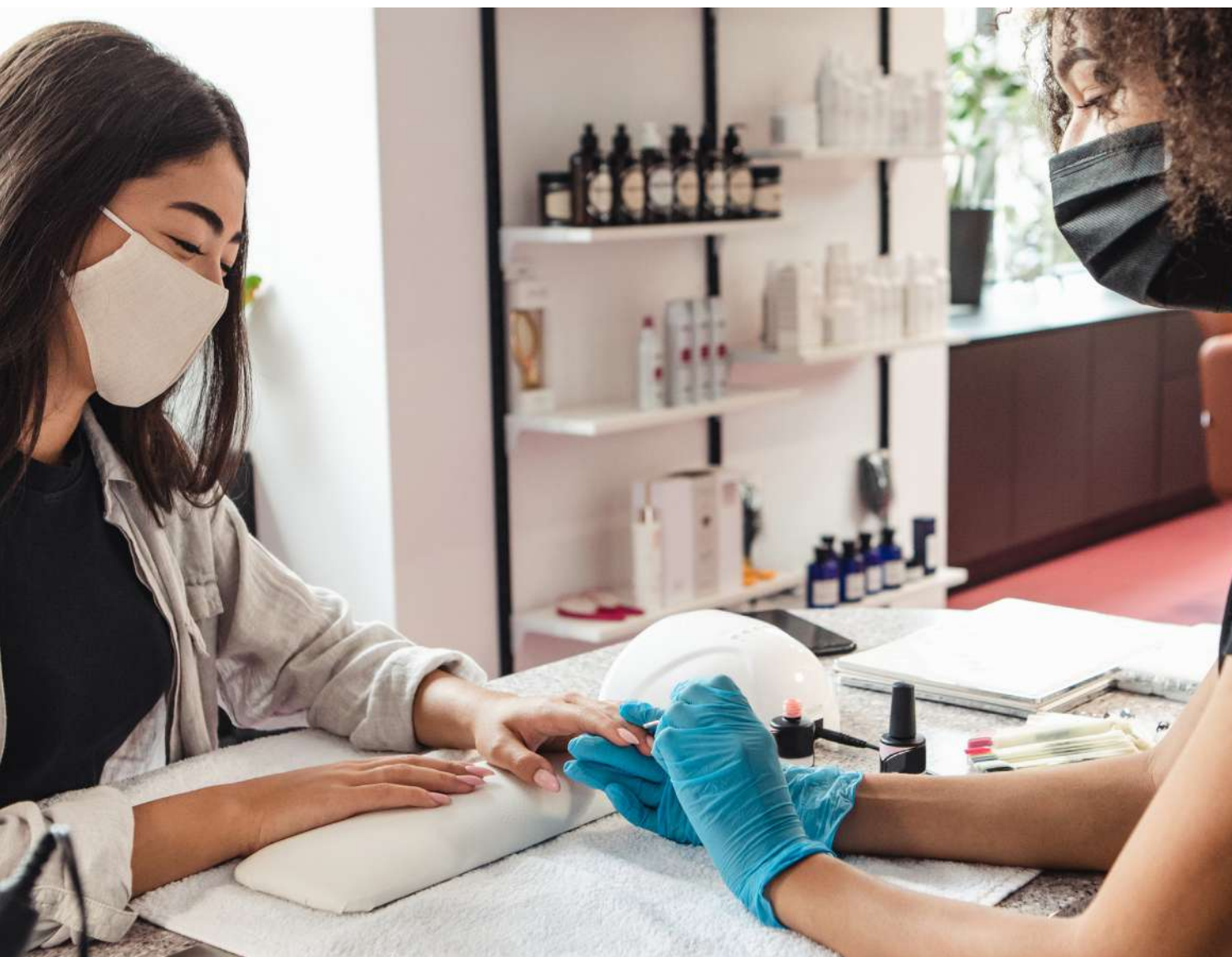




Quelques
inspirations
de publications

Quelques inspirations de publications

Découvrez notre [sélection de posts Covid-19](#) pour vous aider à rester en contact avec vos clients pendant cette période et notre [sélection valable toute l'année pour](#) engager votre communauté !



Besoin d'inspiration pour la réouverture ?

Préparez quelques vidéos à poster sur vos réseaux.

Les portes qui s'ouvrent

Filmez l'ouverture des portes de l'intérieur du salon ainsi que de l'extérieur pour avoir différents angles de prise de vue. Exemple [ici](#)

L'enseigne

Si vous avez une enseigne sur la porte de votre salon, faites une vidéo du moment où vous la retournez, de "fermé" à "ouvert". Exemple [ici](#)

Le premier rendez-vous

Avec leur accord, montrez-nous les premiers clients arrivant au salon et profitant de leur premier soin beauté. Exemple [ici](#) ou [ici](#)

Un tour du salon

Vous avez apporté des changements à votre salon ? Montrez-nous tout ! Exemple [ici](#)

L'équipe

Un coucou et quelques sourires de l'équipe suffisent pour transmettre l'excitation de la réouverture des salons.

Si vous êtes à la recherche d'occasions spéciales pour communiquer avec vos clients et leur proposer des offres, des cartes cadeaux et de prendre rendez-vous dans votre salon de coiffure et de beauté : voici différentes idées qui peuvent vous aider tout au long de l'année.

Le meilleur dans tout ça ? Nous avons sélectionné quelques articles de blog sur ces mêmes sujets : encore des idées pour vous en inspirer ou pour communiquer directement sur vos réseaux sociaux !

Janvier	Février	Mars	Avril
• Nouvelle année • Blue Monday	• Grands froids (ex : besoin d'hydratation ? optez pour un soin du visage) • Saint-Valentin	• Journée mondiale du compliment • Fête des grands-mères • Journée Internationale des Droits de la Femme • Printemps	• Poisson d'avril • Journée internationale des frères et sœurs
Mai	Juin	Juillet	Août
• Fête du travail • Festival de Cannes (looks) • Fête des mères	• Journée mondiale du bien-être • Fête des pères • Fête de la musique • Solstice d'été	• Fin des examens • Fête nationale • Vacances (ex: préparez-vous pour partir en vacances, nettoyez votre peau en profondeur, optez pour une manucure colorée, une nouvelle couleur de cheveux ou encore une épilation pour une peau toute douce)	• Vacances • Retour au travail et reprise des cours (ex: préparez-vous pour la reprise avec un brushing)
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
• Rentrée des classes • Début de l'automne	• Octobre Rose • Fêtes des grands-pères • Halloween	• Soins cocooning • Black Friday/Green Friday	• Fêtes de fin d'année

09

Quelques
astuces de pro

Hashtag

Le hashtag est un vecteur de visibilité. Il permet de mettre en avant votre marque ou votre établissement. Lorsqu'un internaute clique sur un hashtag, il a accès à l'ensemble des publications publiques comportant ce même hashtag. Si vous n'avez pas d'inspiration et avez l'impression de toujours utiliser les mêmes mots-clés, nous vous recommandons d'utiliser une application de générateur de hashtags.

Version gratuite : HashTag : #Tag For Caption

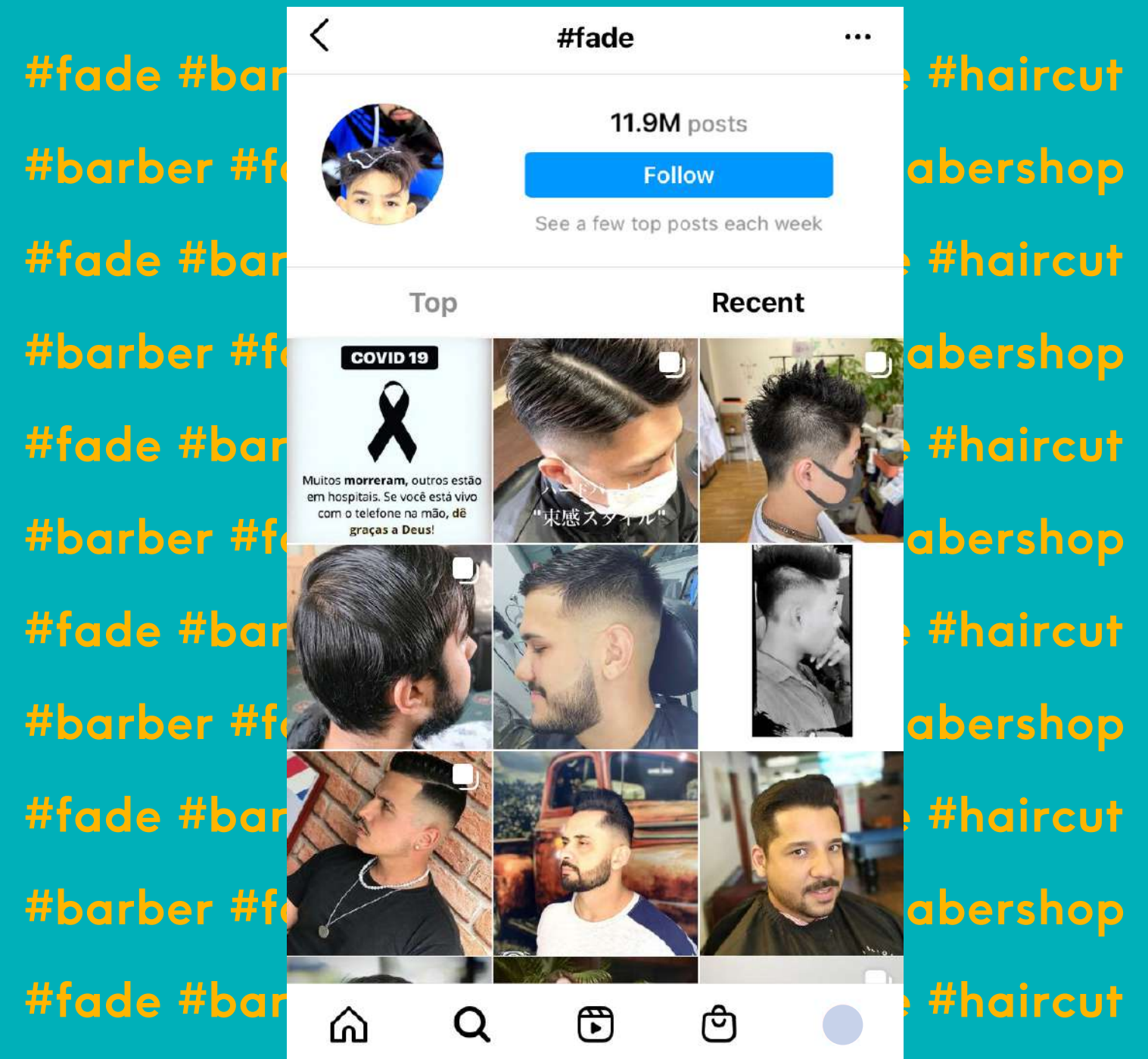
Version payante : Hashtag Smart

Le principe est très simple : vous tapez un mot-clé et l'application vous communiquera tous les hashtags existants liés à ce mot-clé.

Comment suivre les hashtags sur Instagram ?

Ouvrez Instagram sur votre téléphone ou votre tablette :

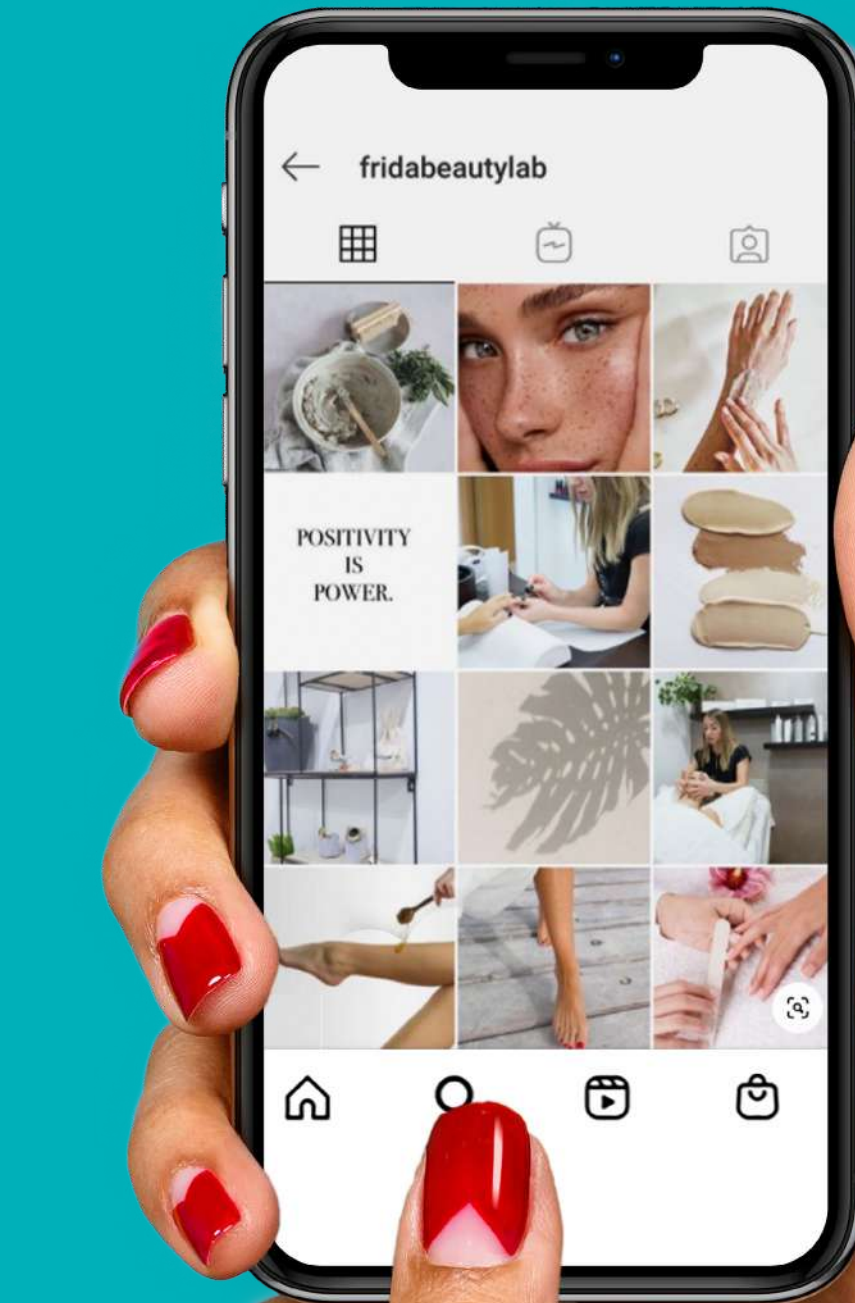
1. Appuyez sur le bouton "Rechercher" de la loupe en bas à gauche de l'écran
2. Tapez « # » et le mot-clé que vous voulez suivre
3. Cliquez sur le mot-clé souhaité
4. Appuyez sur le bouton bleu "S'abonner" en haut de votre écran



Filtres

Instagram propose plusieurs filtres pour améliorer vos photos ou simplement les modifier. Il existe cependant d'autres applications avec un rendu plus naturel, authentique et un plus large choix comme **Lightroom** ou **Photoshop**.

Notre conseil ? Utilisez de manière générale les mêmes réglages et filtres pour que vos abonnés retrouvent une fluidité dans la colorimétrie de votre fil Instagram et pour qu'ils puissent plus facilement vous identifier.





Programmation de votre post

Avec l'application Later vous pouvez créer et planifier vos stories Instagram. Pas besoin de travailler le dimanche pour communiquer avec vos abonnés ! Vous pouvez également modifier vos photos et éditer le contenu de vos posts.



Modèles existants

Vous souhaitez gagner du temps ? Grâce à l'application Canva, vous pouvez utiliser des modèles prédéfinis, les modifier à votre convenance pour créer votre publication et les publier directement depuis l'appli sur Instagram.



Notes

Sur Instagram il n'est pas possible d'aller à la ligne dans la rédaction de vos posts. Ouvrez l'application "Notes" de votre smartphone, rédigez votre texte avec la mise en forme de votre choix, copiez le et collez le dans votre post Instagram et le tour est joué.



Nos tutos vidéos

Découvrez les vidéos tutos Instagram que nous avons créées spécialement pour vous [ICI](#).

10

Glossaire

Portée (Reach)

Le nombre approximatif d'utilisateurs qui voient une publication, même s'ils n'ont pas forcément interagit avec. C'est un moyen de voir la portée de votre contenu.



Impressions

Similaire à la portée, mais ne prend pas en compte l'utilisateur. Combien de fois votre publication a-t-elle été vue au total, même par les mêmes personnes ? Si deux personnes ont chacune vu 3 fois votre publication, votre portée est de 2 mais votre impression est de 6.



Engagement

Chaque fois qu'une personne clique, aime, partage ou commente - si une action est faite quant à votre publication - alors c'est un engagement. Si votre objectif est de créer une communauté, l'engagement est votre priorité.



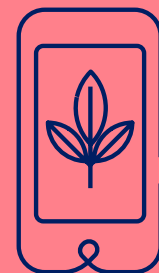
Contenu payant/sponsorisé

La publication est mise en avant suite à un investissement monétaire. Publication payante ? Combien de personnes ont été atteintes grâce à cet investissement monétaire.



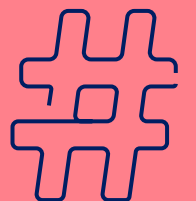
Contenu organique

Le contraire du contenu payant/sponsorisé. Si l'on peut voir votre contenu sans que vous investissiez de l'argent pour le mettre en avant et qu'il soit vu par votre communauté alors il s'agit d'un contenu organique.



Hashtags

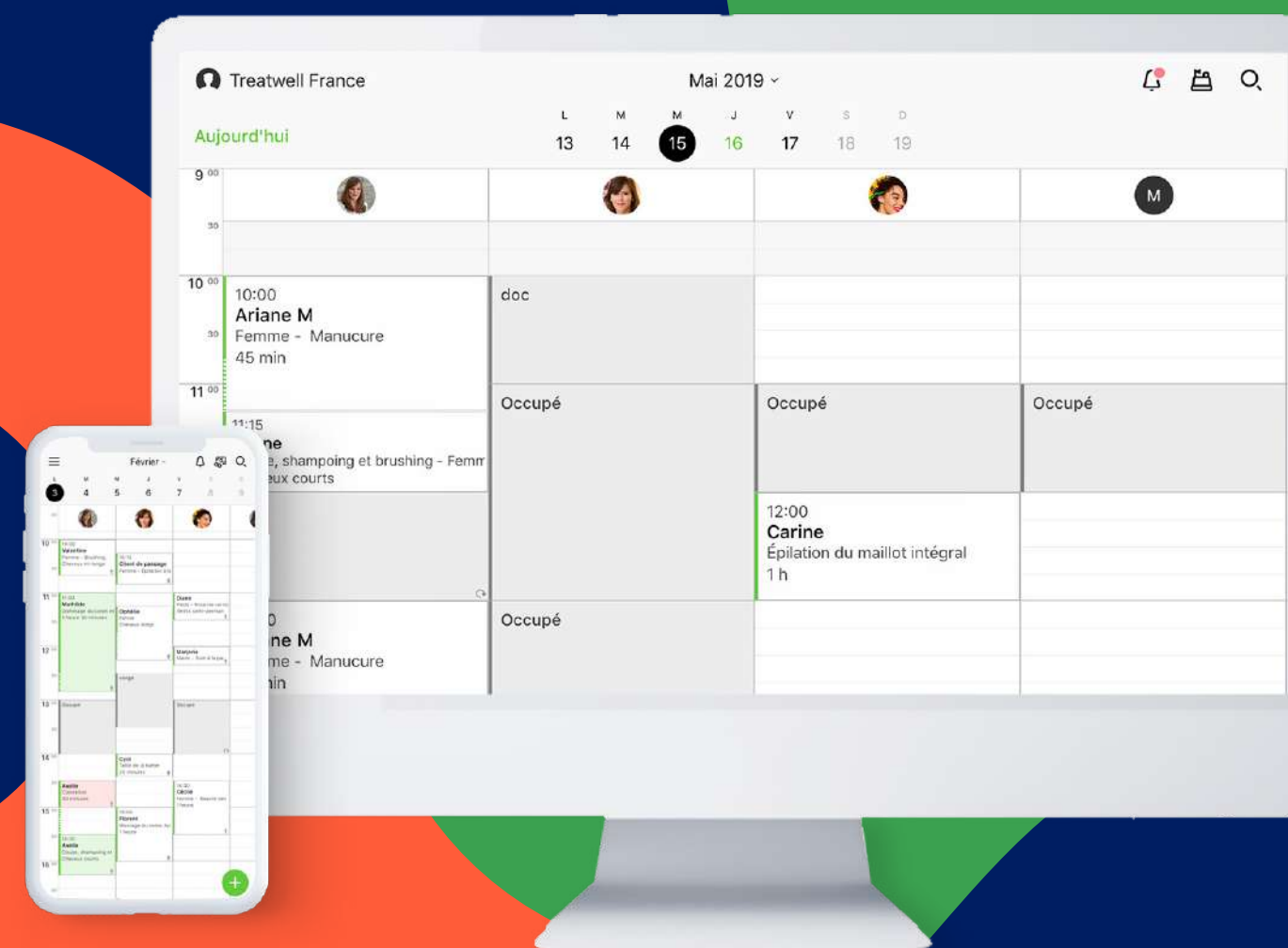
Autrefois réservé aux fans de Twitter, le symbole # a envahi presque tous les réseaux sociaux. Suivre des hashtags permet aux utilisateurs de voir le contenu associé à ce même hashtag. C'est un excellent moyen de rejoindre une conversation existante ou de suivre des marques, influenceurs etc.





Vous l'aurez compris, de nos jours, il est indispensable d'être présent en ligne. Faites briller votre salon en ligne et offrez-lui la réputation qu'il mérite. Soyez visible auprès de millions de clients à la recherche de prestations beauté et coiffure et démarquez-vous avec ce qui vous rend unique. **Ces futurs clients n'attendent que vous !**

Il existe néanmoins d'autres outils marketing à mettre en place pour développer et gérer votre activité. En effet, les clients réservent de plus en plus leurs soins beauté et bien-être en ligne c'est pourquoi il est important de leur proposer la **réservation 24H/24 7J/7**, que ce soit via une plateforme de réservation comme Treatwell ou des boutons de réservation sur votre site internet, vos réseaux sociaux ou votre espace Google My Business.



Avec Treatwell, leader européen de la réservation de soins de beauté et de bien-être en ligne, présent dans 13 pays avec plus de 32 000 partenaires, vous accédez au logiciel le plus complet du marché.

Gagnez du temps dans la gestion de votre établissement, optimisez vos performances et créez une relation de confiance avec vos clients :

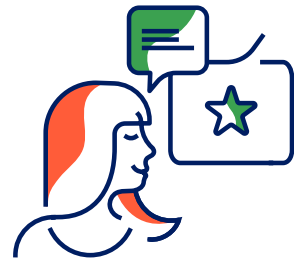


- 1 Obtenez des réservations 24h24 et 7j/7 grâce à la réservation en ligne
- 2 Captez de nouveaux clients via treatwell.fr
- 3 Gérez vos rendez-vous avec un agenda digital
- 4 Pilotez votre activité où que vous soyez grâce à l'app Treatwell Connect
- 5 Réduisez les no-show avec les SMS de rappels de rendez-vous
- 6 Bénéficiez d'outils marketing intuitifs (campagnes d'e-mails et de SMS)
- 7 Créez un fichier clients RGPD
- 8 Fidélisez vos clients et construisez votre e-réputation grâce aux avis
- 9 Encaissez vos clients et boostez vos ventes additionnelles de produits
- 10 Gérez vos stocks et analysez vos ventes et tout cela regroupé au même endroit !

Treatwell c'est aussi une équipe dédiée tout au long du partenariat: le logiciel est clef en main !
Nous nous occupons de tout :



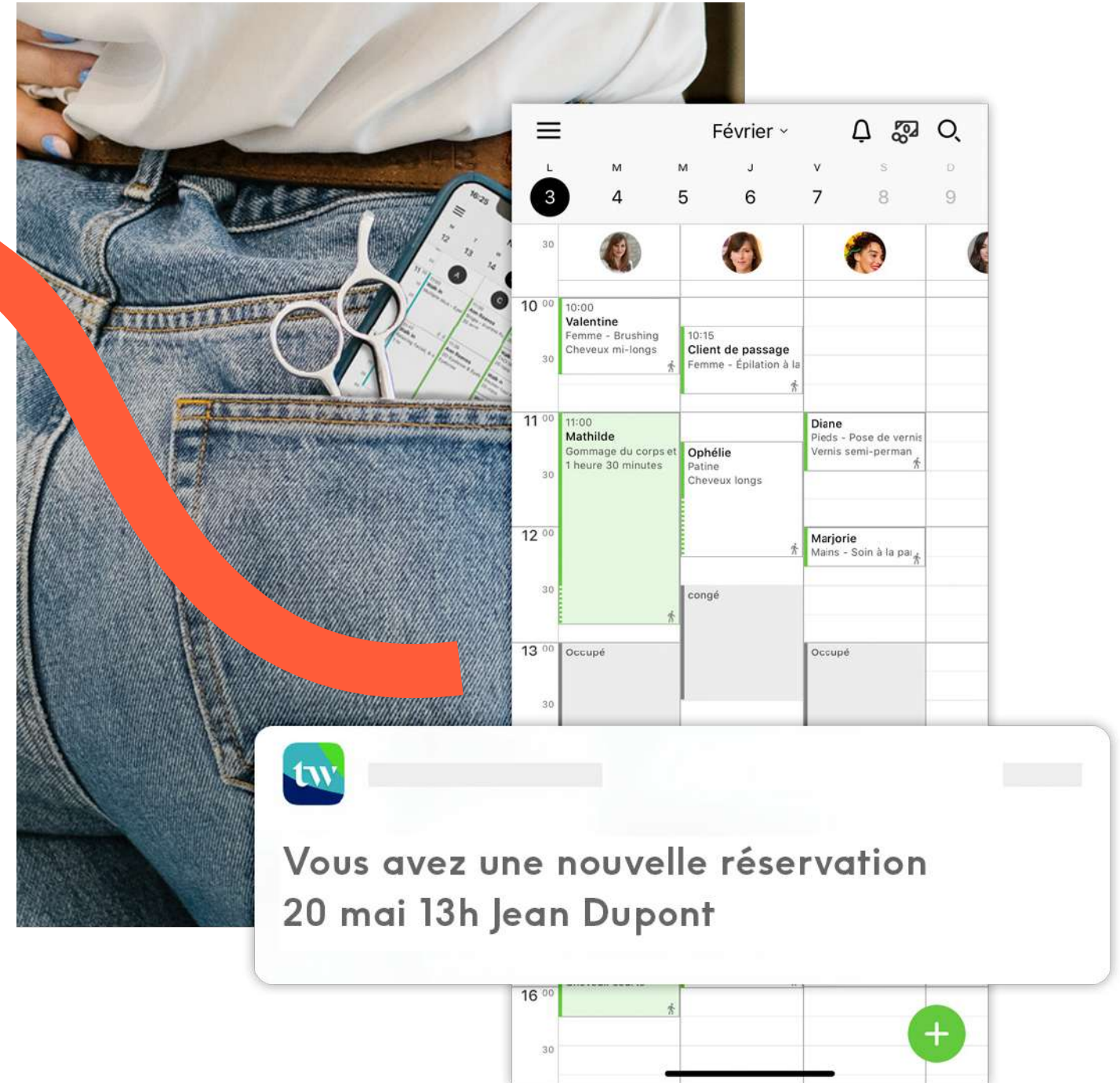
Le paramétrage de votre agenda



Votre formation : nos experts vous conseillent également selon vos besoins et votre région. Par exemple : pour booster votre visibilité, votre chiffre d'affaires, la fidélité de vos clients et bien plus encore !



Nous vous fournissons des modèles de campagnes marketing et vous aidons à les mettre en place pour fidéliser vos clients



N'attendez plus, demandez une démo gratuite et découvrez LE logiciel qui regroupe l'ensemble des fonctionnalités dont vous avez besoin pour gérer et développer votre activité...dans un seul outil !

[Demander une démo](#)