

# Hygiène :

## Passez à l'action !

### VEHICULER UNE IMAGE POSITIVE

Avant de pénétrer pour la première fois dans un salon, le client tente bien souvent de se faire une idée initiale sur le cadre, la propreté et l'hygiène, à partir des quelques éléments qui vont se présenter à ses yeux. Aussi, certains aspects tels que des postes de coiffage en désordre, des serviettes éparpillées, des tasses à café qui traînent, ou encore des cheveux qui jonchent le sol, n'incitent pas le client à pénétrer en confiance dans le salon. Il est donc important, tout au long de la journée, d'avoir des réflexes pour conserver les espaces et les installations propres et rangés, avec le souci constant d'une bonne hygiène des ustensiles utilisés.

### L'HYGIÈNE, PARAMÈTRE INDISPENSABLE À UN PARCOURS RÉUSSI

Qu'elle soit la première de la journée ou bien la dernière avant la fermeture, la cliente exigera toujours une propreté et une hygiène sans faille. « *Même lorsque la cliente n'a rien à redire sur sa coupe, elle ne sera pas satisfaite de son parcours si elle observe que le salon n'est pas irréprochable en matière d'hygiène*, estime Marilyn Biache, gérante du salon MC Team, à Nice (06). *C'est même souvent rédhibitoire pour certaines clientes, qui ne pourront pas passer au-dessus. Dans ce domaine, on n'a donc pas droit à l'erreur!* » Le problème est d'autant plus difficile à cerner que la cliente formule rarement de réclamation à ce sujet. En effet, peu d'entre elles osent dire que les brosses n'étaient pas assez propres à leur goût ou que le peignoir semblait manquer de fraîcheur! Mais bien souvent, sans donner d'explications, elles cessent de fréquenter le salon.

### PRÉVENIR PLUTÔT QUE GUÉRIR

En matière d'hygiène, bien sûr, il ne faut pas attendre que les clientes désertent le salon pour commencer à traiter le problème. Pierre Barré, fondateur de la société Hygiène Plus, spécialisée dans la prévention des risques professionnels, explique :

*« Le problème de certains coiffeurs est qu'ils pensent qu'ils sont plus compétitifs en étant moins chers que le coiffeur voisin. Or, la plupart des clientes sont prêtes à payer plus cher si elles sont sûres d'être dans un salon qui pointe l'hygiène comme une priorité. Aussi, il est important que le manager se remette en question s'il veut évoluer, optimiser la qualité de service et tirer son salon vers le haut. »* Ainsi, c'est à lui de prendre les devants, de donner l'exemple et d'insuffler une nouvelle dynamique, ce qui implique invariablement pour lui de sensibiliser son équipe.

### IMPLIQUER LES COLLABORATEURS

Dans le domaine de l'hygiène, la prise de conscience doit être impérativement collective pour parvenir à de bons résultats. « *Lorsqu'un gérant de salon m'appelle, c'est qu'il a constaté un problème au sein de son équipe*, précise Pierre Barré. *Les employés du salon sont souvent conscients de leurs lacunes en matière d'hygiène, mais ne prennent pas le temps de changer leurs habitudes. J'emploie des images parlantes pour mieux faire passer le message: en tant que client d'un restaurant, ce serait inacceptable de manger dans la même assiette ou avec la serviette du client précédent.* » Cependant, on peut se trouver face à un employé réfractaire, qui ne comprend pas l'importance d'une hygiène parfaite ou qui ne veut pas se donner la peine d'évoluer. « *Si le déclic ne se fait pas, l'employé n'a plus sa place dans l'équipe*, insiste Pierre Barré. *Car son comportement risque de nuire à l'image du salon et de ruiner les efforts de ses collaborateurs.* »

### CERNER LES LACUNES...

En coiffure, il existe deux exigences: l'obligation de résultat, qui est la satisfaction de la cliente quant à sa coiffure, et une obligation de moyens, qui consiste à tout mettre en œuvre pour que la prestation se déroule dans des conditions de qualité, de confort et de sécurité optimales. Pierre Barré souligne : « *// n'est pas rare que les peignoirs ne soient lavés qu'une fois par*

*Semaine chez de nombreux indépendants. Quant au matériel, on constate qu'il est rarement désinfecté avec des produits reconnus pour leur efficacité. Je commence donc par réaliser un audit des pratiques du salon, c'est-à-dire des performances internes et externes. Puis, grâce à des supports vidéo pédagogiques, j'explique en détail tous les points que l'on doit améliorer. Enfin, je fais des propositions de mise en place d'actions de développement, qui doivent être respectées par le manager et les membres de l'équipe. »*

### **... ET METTRE EN PRATIQUE!**

Nettoyer le bac systématiquement après chaque shampoing, laver le peignoir après chaque cliente et prendre le temps de nettoyer et désinfecter scrupuleusement le matériel (brosses,

Peignes, ciseaux, tondeuses...), telles sont les bases d'une bonne

hygiène. « *On met en place certains procès avec des produits qui assurent la désinfection rapide et efficace du matériel: un temps de pause d'environ dix minutes doit être respecté,* indique Pierre Barré. *Tout ceci est réalisable, quel que soit le volume de travail: ce n'est qu'une question d'intendance et de bonne gestion du temps. »* Enfin, il ne faut pas hésiter à expliquer à la cliente ce que l'on fait, car la désinfection du matériel, réalisée devant elle, est une base essentielle pour créer

une relation de confiance. « *La cliente se sent ainsi rassurée et valorisée,* conclut Pierre Barré. *En procédant de cette manière, un salon apporte de la plus-value à son service, se démarque de la concurrence, et projette une image très positive... Il n'Obtiendra que des bénéfiques! »*

**Florence Bernardin**