

'Tis the season for *selling*

Les fêtes de fin d'année -
une période critique pour les ventes



Are you hoping the holidays will be a prosperous time for your salon? A lot of salons have an increase in business, as clients come in to beautify themselves for holiday functions. "We see a boost in sales of about 30 per cent or more," says salon owner Marc Anthony.

Making your salon an inviting haven throughout the hectic holidays can help improve sales during this already busy time. You want to be a one-stop shopping destination for your clients, where people can relax, get groomed for their events, and buy gifts and gift certificates to give to their friends and family, says Nanette Bercu, Senior Vice-President and Creative Director/Advertising for Paul Mitchell. She suggests attracting clientele by "enticing all of their senses," by having fresh flowers and candles, holiday music and a consistent décor theme. Services like neck massages and complimentary makeup touch-ups are extras that customers will appreciate. Anthony ensures that there are extra people on staff at his salons to help with customer service during the season. Anita Cupello, co-manager of Johnny Cupello & Associates Salon/Spa, puts out homemade desserts, chocolates and sometimes liqueurs for clients.

Espérez-vous réaliser un bon chiffre d'affaires pendant la période des fêtes? Beaucoup de salons voient leurs recettes augmenter autour de Noël et du nouvel an, chaque cliente voulant briller pendant cette période de l'année. «Les ventes augmentent de 30 pour cent et plus», affirme Marc Anthony, propriétaire de salon et coiffeur.

Si vous transformez votre salon en havre accueillant, vous encourez de meilleures chances d'accroître vos profits. Faites de votre établissement un lieu où les gens auront envie de se détendre, de se faire beaux et d'acheter des cadeaux et certificats-cadeaux pour offrir à leurs amis et parents, conseille Nanette Bercu, vice-présidente principale et directrice artistique, publicité, chez Paul Mitchell. Elle suggère d'attirer les gens en faisant appel à tous leurs sens, à l'aide de fleurs fraîches et de bougies, et d'une musique et d'un décor appropriés pour cette période de l'année. Offrez à vos clientes des services à valeur ajoutée, par exemple un massage de la nuque ou une retouche du maquillage, elles vous en seront reconnaissantes. Marc Anthony s'assure toujours d'avoir du personnel pour s'occuper de la clientèle pendant cette période de l'année. Anita Cupello, co-gérante de Johnny Cupello & Associates Salon/Spa, offre des desserts faits maison, du chocolat, voire même des liqueurs, aux clients.

*Holiday merchandising displays
from Paul Mitchell.*

*Présentations de produits Paul
Mitchell pour la période des fêtes.*



Meghann Jones from Toni&Guy says that gift certificates actually make a better gift for most people than gift sets.

Meghann Jones chez Toni&Guy dit les certificats-cadeaux sont généralement plus appréciés que les ensembles-cadeaux.

Since the holidays are a great opportunity to sell gifts and gift certificates, your salon should have a plan to get them to the customer as efficiently as possible. Meghann Jones, marketing and merchandising manager for Toni&Guy says that gift certificates actually make a better gift for most people than gift sets, “because people might not know what their mother or whoever they’re buying for wants to use. With a gift certificate, people can get a service or a product.” Gift certificates can be for a specific amount, or for services. Combining a few luxurious treatments into a “spa package,” perhaps with a discount, makes an attractive gift.

Gift sets, however, are still popular. You can have some made up, with some popular products that work together, or you can have a promotion where customers choose what will be in their set, and get some kind of discount. The possibilities to maximize the holiday season are endless! **KE**

Puisque les fêtes de fin d’année sont une excellente occasion de vendre des cadeaux et des certificats-cadeaux, vous devriez avoir un plan pour les proposer à vos clientes de la manière la plus efficace qui soit. Selon Meghann Jones, directrice du marketing et du merchandising chez Toni & Guy, les certificats-cadeaux sont généralement plus appréciés que les ensembles-cadeaux, car les gens ne savent pas quoi offrir et risquent moins de se tromper avec un certificat-cadeau, qui peut servir à acheter un produit ou un service. Plusieurs soins combinés en un forfait spa, avec un éventuel un rabais, font un cadeau attrayant.

Néanmoins, les ensembles-cadeaux continuent de beaucoup plaire. Vous pouvez en composer en rassemblant des produits populaires bien assortis, ou offrir aux clientes de composer elles-mêmes leurs ensembles-cadeaux tout en bénéficiant d’un rabais. Les possibilités sont infinies!

Top 10 Holiday Sales Tips

10 For gift sets, have one open for visual purposes, and keep the rest wrapped, so clients can “grab and go.”

09 Display products close to register to encourage “impulse buying.”

08 Donate a portion of the sales of your gift sets or gift certificates to charity, as Paul Mitchell does with the Children’s Hospital Los Angeles.

07 Make sure area is well-lit.

06 Mark prices somewhere where clients can find them, but make them easy to remove.

05 Dress up your windows with regularly changing displays.

04 Use category and individual product signs.

03 Create touchable product displays – so clients can touch and see the products in action.

02 Keep shelves well-stocked, and dust and rearrange products regularly.

01 Make sure you have enough staff to handle the busy holiday season.

10 conseils pour accroître vos ventes pendant la période des fêtes

10 Disposez un ensemble-cadeau de façon à ce que les gens voient ce dont il se compose et d’autres à côté tout emballés qui pourront être emportés tels quels.

09 Disposez des produits près de la caisse pour encourager les «achats impulsifs».

08 Reversez une partie des recettes réalisées à l’aide des ensembles-cadeaux ou certificats-cadeaux aux organismes de charité, comme Paul Mitchell le fait avec le Children’s Hospital de Los Angeles.

07 Veillez à ce qu’il y ait un bon éclairage.

06 Placez les étiquettes de prix de façon à ce qu’elles soient visibles et puissent être ensuite enlevées facilement.

05 Décorez régulièrement votre vitrine et modifiez-en la décoration régulièrement.

04 Assurez-vous que les panneaux indiquent clairement les catégories et les produits.

03 Créez des présentoirs qui donnent aux clientes envie de toucher et d’acheter les produits.

02 Assurez-vous que vos rayons sont toujours bien garnis, propres et bien rangés.

01 Faites en sorte d’avoir suffisamment de personnel pendant la période des fêtes.