

FORMATION THE BUSINESS FACTORY by ELEVEN AUSTRALIA - 2026

Public concerné : Ce stage est destiné aux chefs d'entreprise, aux managers et collaborateurs de salons de coiffure souhaitant développer leurs compétences à travers des apports théoriques et pratiques dans le cadre des objectifs professionnels de la formation décrits ci-dessous.

Prérequis : Etre détenteur du CAP de coiffure.

Durée : 21.00 heures sur 3.00 jour(s)

Délai d'accès : A la suite de votre pré-inscription en ligne, nous nous engageons à vous contacter dans les 10 jours qui suivent. Les inscriptions sont possibles jusqu'à 2 jours ouvrés avant la date de formation (sous condition de places disponibles).

Modalités d'accessibilité : Accessible aux personnes en situation de handicap. Vous souhaitez nous informer d'un éventuel déficit sensoriel ou moteur ? Merci de prendre contact avec nous que nous puissions étudier une solution à votre accompagnement par notre référent AGEFIPH et INFOSENS (sourds et malentendants).

Objectifs pédagogiques

- Jour 1 et 2: Optimisation de la gestion des salons de coiffure, Management et analyse de la performance, Management dans les salons de coiffure, Analyse financière et rentabilité, Adaptabilité des services et des tarifs.
- Jour 3 : La formation vise à améliorer l'expérience client, augmenter le chiffre d'affaires technique et la revente, et innover pour éviter la stagnation.

Contenu de la formation

- Jour 1 : Boostez vos affaires avec Monsieur Wasabi 9H00 - 9H30
 - Accueil et présentation. Introduction à la formation. Tour de table : Présentation des participants (temps de direction du salon, nombre d'employés, localisation). Accueil, recueil des attentes, présentation de l'organisation du stage, du programme, présentation des objectifs.
- 9H30 - 10H30
 - Évaluer son style de management. Discussion interactive basée sur les résultats des questions de management. Analyse des principaux styles de management utilisés dans les salons.
 - Analyse des principaux styles de management utilisés dans les salons. Atelier pratique : Auto-diagnostic (évaluer son management sur une échelle de 0 à 10 et discuter des points forts et des points à améliorer).
- 10h30 - 12h30
 - Gérer les équipes de manière efficace : Identifier et surmonter les difficultés de gestion d'équipe, L'importance de la formation continue pour les employés. Analyse des principaux styles de management utilisés dans les salons. Mise en pratique des analyses pour chaque participant.
- 12H30 - 13h30
 - Déjeuner sur place
- 13h30 - 14H30
 - Connaître son prix de revient et sa rentabilité, Comprendre le prix de revient d'une prestation. Analyse du prix de revient et de la rentabilité. Atelier : Calculer le prix de revient d'une prestation avec ses propres données.
- 14H30 - 16H00



- Évaluer la rentabilité de son salon sur une échelle de 0 à 10. Analyse du prix de revient et de la rentabilité. Mise en pratique des analyses pour chaque participant.
- 16H00 - 17H00
 - Suivi de performance et tableaux de bord. L'importance des tableaux de bord. Mise en place d'indicateurs de performance pour un suivi régulier (ventes, rentabilité, gestion du personnel).
- 17H00
 - Fin de la première journée. Évaluation de fin de journée sur l'atteinte des objectifs.
- Jour 2 : Rentabilité et gestion de l'image 9H00 - 9H15
 - Accueil et présentation. Introduction à la seconde journée de formation. Tour de table : recueil des attentes, présentation de la journée, du programme, présentation des objectifs.
- 9H15 - 9h45
 - Analyse de la rentabilité d'un salon de coiffure. Comprendre et maîtriser les indicateurs financiers essentiels pour évaluer et améliorer la rentabilité d'un salon.
- 9H45 - 10H30
 - Analyse de la rentabilité d'un salon de coiffure. Comprendre et maîtriser les indicateurs financiers essentiels pour évaluer et améliorer la rentabilité d'un salon.
 - Outils de gestion financière : - Présente des logiciels de gestion pour suivre ces indicateurs. - Propose des tableaux de bord simples pour visualiser ces données et les analyser chaque mois. Optimisation des coûts : - Stratégies pour réduire les coûts sans compromettre la qualité des services (ex. : négocier avec les fournisseurs, réduire les pertes de produits). Cas pratiques : Analyse d'exemples réels où des salons ont optimisé leurs marges grâce à une meilleure gestion des coûts
- 10H30 - 11H30
 - Stratégies pour travailler son image hors des réseaux sociaux. Découvrir des alternatives aux réseaux sociaux pour renforcer la visibilité et l'image de marque.
 - 1. Pourquoi se détacher des réseaux sociaux ? - Bien que les réseaux sociaux soient utiles, ils ne suffisent pas à eux seuls pour créer une image de marque durable. L'engagement organique baisse, et il est important de diversifier ses canaux. 2. Stratégies de communication hors ligne : - Événements locaux : Participation ou organisation d'événements locaux (fêtes de quartier, partenariats avec des organisations locales). - Marketing direct : Envoi de newsletters, promotions ou cartes postales aux clientes les plus fidèles. - Ambassadeurs locaux : Collaborer avec des influenceurs locaux ou des leaders d'opinion pour renforcer la crédibilité de votre salon dans la communauté. 3. Créer une expérience client mémorable : - Comment transformer l'expérience en salon pour qu'elle devienne elle-même une forme de communication : service exceptionnel, détails inattendus (boissons, ambiance, cadeaux). 4. Discussion collective : Invite les participants à partager des initiatives qu'ils ont déjà testées ou à brainstormer sur de nouvelles idées pour améliorer leur image hors ligne.
- 11H30 - 13H00
 - Travailler la marque employeur et l'image personnelle. Construire une image forte, à la fois personnelle et pour le salon, pour attirer à la fois des clientes et des collaborateurs.
 - Pourquoi l'image personnelle est-elle importante ? - Explique que le dirigeant incarne l'image du salon. Son style de management, son apparence et sa personnalité influencent la perception globale du salon par les clientes.
- 13H00 - 14H00
 - Déjeuner sur place
- 14H00 - 17H00
 - Travailler la marque employeur et l'image personnelle. Construire une image forte, à la fois personnelle et pour le salon, pour attirer à la fois des clientes et des collaborateurs.
 - Construire une marque employeur forte : - Attraction des talents : Comment une image de marque forte attire des collaborateurs de qualité (avantages, environnement de travail, valeurs). - Réputation interne : L'importance d'une culture d'entreprise forte pour retenir les talents (ex. : flexibilité, opportunités de développement, reconnaissance des employés). Exemples d'actions concrètes : - Salons ayant réussi à développer une marque employeur forte, attirant des talents par leur réputation. - Stratégies pour aligner l'image personnelle du dirigeant avec celle du salon.
- 17H00
 - Fin du second jour. Quizz de fin de formation d'atteinte des objectifs prévus au programme.
- JOUR 3 : INNOVER OU STAGNER 9H00 - 9H30
 - Accueil, recueil des attentes, présentation de l'organisation du stage, du programme, présentation des objectifs.
- 9H30 - 10H00
 - Introduction à la formation, Tour de table. Présentation des participants (typologie du salon, nombre d'employés, localisation, services proposés, revende ou pas dans le salon).

- Partage des informations , échanges avec les participants.
- 10H00 - 12H00
 - Etat des lieux du marché de la coiffure avec des chiffres business. Salon de coiffure, le plus grand réseau de retail de France.
 - Analyse du marché , partage avec les participants.
- 12H00 - 12H30
 - Innover ou stagner ?
 - Échanger sur les différents marché de la coiffure
- 12H30 - 13H30
 - Déjeuner sur place fourni
- 13H30- 14H00
 - Le salon de coiffure de demain, les sources de croissance. Apports théoriques, identifiez les sources de croissances. Partage des informations , échanges avec les participants.
- 14H00 - 15H45
 - Expérience client suivi de questions/réponses. Echanges avec les participants. Réponses aux questions /leurs besoins pour chaque participant.
- 15H45 - 16H45
 - La revente en salon de coiffure : comment faire pour la maximiser ? Echanges avec les participants. Réponses aux questions /leurs besoins pour chaque participant.
- 16H45 - 17H00
 - Clôture de la formation : Retour sur les apprentissages. Q&R, retours d'expérience des participants. Distribution d'un livret de synthèse des contenus abordés.
- 17H00
 - Fin de la formation de 3 jours. Tour de table par le formateur. Quizz de fin de formation d'atteinte des objectifs prévus au programme, évaluation à chaud stagiaires et formateur.
- LISTE DU MATERIEL
 - Ordinateur, smartphone, clef USB.

Organisation de la formation

Equipe pédagogique

CHRISTOPHE CREUX : Président

JULIE PORYADJIAN : Service Administratif

Moyens pédagogiques et techniques

Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation, documents supports de formation projetés, exposés théoriques, étude de cas concrets, quiz en salle, mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation.

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

Émargement numérique, questions orales ou écrites (QCM), mises en situation, formulaires d'évaluation de la formation, certificat de réalisation de l'action de formation.