

Spa : les 10 secrets d'une ambiance réussie



Chaque élément séparé d'un spa sert à «construire» l'ambiance qui fera de votre établissement le lieu d'une expérience client réussie. Souvent négligés au profit de l'esthétique, certains aspects techniques sont tout aussi importants. Conseils pour les intégrer dans votre projet.

La lumière : artificielle et/ou naturelle

Que la lumière du soleil soit supérieure à toutes les autres ne fait pas débat. Mais quand il s'agit de spa, il faut tout d'abord parvenir à un équilibre entre la lumière du jour et l'intimité à laquelle le client peut prétendre. Si votre établissement se trouve au milieu d'un paysage de rêve, sans vis-à-vis ni immeubles en béton à proximité, il est évident que vous pouvez laisser la lumière naturelle rentrer à flots dans la salle de repos.



En revanche, si vous gérez un spa urbain en pleine ville, il faut privilégier l'intimité de vos clients. Et donc : recréer un environnement lumineux adéquat, en combinant éclairages direct et indirect, LED et halogènes, tout en adaptant cette subtile combinaison à chaque partie du spa. On n'éclaire pas de la même façon un espace humide, une cabine de soins ou une salle de repos.

Fragrances : comment activer la mémoire émotionnelle

L'odorat est le meilleur moyen de réveiller la mémoire émotionnelle. Une odeur qui rappelle la cuisine de votre grand-mère, et voici les sensations et les émotions de votre enfance qui envahissent votre cerveau ! C'est l'un des éléments les plus importants de votre spa.

Car une empreinte olfactive bien conçue est la clé d'une expérience client réussie. Un grand nombre d'établissements intègrent aujourd'hui la signature olfactive dans leur stratégie marketing. Mais les odeurs que vous aimez ne conviennent pas forcément à tout le monde. La plupart des empreintes olfactives sont conçues à partir d'huiles essentielles. Certaines

sont relaxantes, d'autres tonifiantes. Pour créer la mise en fragrance de votre lieu, il vaut mieux s'adresser à un spécialiste d'aromathérapie.

Couleurs : celles qui conviennent et les autres

La plupart du temps, le choix des couleurs d'un spa dépend du type d'établissement. Pratiquement, toutes les couleurs peuvent convenir. Ce n'est pas la couleur elle-même qui peut déranger, mais sa tonalité. Un orange fluo peut se révéler horrible, alors qu'un orange chaleureux est souvent valorisant.

Il peut arriver que les couleurs et leurs tonalités soient parfaites, mais que leur juxtaposition crée un environnement peu cohérent. Chaque couleur et chaque tonalité émet une énergie spécifique, et c'est ce qui crée une «ambiance». N'oubliez pas que les couleurs des murs et du plafond se reflètent sur la peau. Si ce reflet n'est pas harmonieux, en apportant une coloration verdâtre ou jaunâtre à l'épiderme, quelle que soit la qualité de votre soin visage, vous aurez perdu votre client !

Les matériaux : ce que l'on voit et ce que l'on ressent

Il n'y a pas photo entre le naturel et le synthétique. Une ambiance authentique tolère mal les faux-semblants. Pour réussir votre ambiance, utilisez des matériaux originaux. Par exemple, si vous voulez des plantes, prenez des vraies, pas des copies en plastique.

Tout ce que votre client peut toucher quand il se trouve chez vous doit être naturel, chaud, agréable au contact de ses doigts. A l'inverse, si vous le faites asseoir ou coucher sur du vinyle, toute votre ambiance sera aussi authentique et chaleureuse que le vinyle...

Votre boutique revente : forcer les ventes ou accueillir ?



Imaginez que son expérience dans le spa soit parfaite. Problème : si votre client se sent harcelé dans votre espace vente, vous venez de tuer l'ambiance. Mettez-le à l'aise, tout en stimulant vos ventes. Parlez à ses cinq sens dans les endroits stratégiques du spa, avec des supports marketing non agressifs. Enfin, placez les produits à une hauteur raisonnable, pour qu'il puisse les toucher facilement, et de façon à ce qu'il en comprenne la valeur.

Les couloirs : comment tuer l'ambiance

Votre ambiance crée l'expérience et les couloirs peuvent la tuer. Un couloir ne sert qu'à se déplacer d'un point à un autre, et, bien que ce soit des espaces « perdus », vous en avez besoin. Trop de spas se focalisent uniquement sur les cabines de soins, et rognent sur l'espace des couloirs. C'est une erreur.

Vos clients doivent pouvoir se déplacer facilement, sans stress et sans appréhension. Votre couloir doit être assez large pour non seulement éviter le contact, mais aussi la peur d'un contact éventuel.

La salle de repos : valoriser l'intimité



Pour réussir sa salle de repos, il faut tout mettre en œuvre pour que chaque client se sente bien et en sécurité dans un espace commun. Les lumières doivent être assez puissantes pour éviter la création d'espaces sombres et inquiétants, mais aussi tamisées pour procurer une sensation de confort et d'espace privatif.

Les lits de repos doivent être individuels, pas trop rapprochés, mais pas trop éloignés non plus. Les fragrances doivent être relaxantes et assez neutres pour convenir à tous. Les matériaux doivent être souples, chauds et doux au toucher. Quant à la musique, elle doit être sourde, mélodieuse et pas trop répétitive.

Musique : les sons du bien-être

Les goûts se suivent et ne se ressemblent pas. Certaines personnes aiment la musique classique, d'autres privilégient le heavy métal... Sauf que certaines harmonies conviennent au spa, d'autres moins. La sonorisation de votre établissement doit correspondre à son identité, maintenir le

niveau d'énergie de chaque espace et s'adapter à chaque besoin.

Concrètement, sur le plan sonore, vous pouvez diviser votre spa en quatre zones :

- l'accueil et toutes les zones communes : vous y choisirez une musique calme, mais avec du caractère ;
- les couloirs : privilégiez un fond sonore léger ;
- la salle de repos : un accompagnement musical mélodieux, méditatif et relaxant ;
- les cabines de soins : laissez le choix au client en lui proposant une sélection. Evitez les bruits d'eau pour des raisons évidentes.

Les vestiaires : faites-y débiter l'expérience

Si votre spa comprend des vestiaires, c'est là que l'expérience client débute. Si vous ne voulez pas qu'elle s'y termine avant de commencer, je vous conseille de veiller aux éléments suivants :

- ils doivent correspondre en taille à la capacité d'accueil de votre établissement, pour que chaque client s'y sente à l'aise, notamment en présence d'une autre personne ;
- l'éclairage doit être flatteur et suffisamment intense pour éliminer des zones sombres ;
- si possible, créez des cabines fermées pour que les clients se changent ;
- assurez-vous de proposer des peignoirs à la bonne taille, parfaitement propres, doux et agréables à porter.

La température : douillette mais pas chaude, fraîche mais pas froide

Créer une ambiance cool et douillette ne signifie pas souffler le chaud et le froid ! Mais il ne faut pas minimiser le rôle de la température dans le maintien d'une ambiance agréable. Les différentes zones du spa ne se chauffent pas de la même façon. Exemples.

Zone 1 : l'accueil, la boutique, les bureaux et la pièce du personnel doivent être confortables, à hauteur de 20 degrés environ.

Zone 2 : les couloirs et les zones communes : un peu plus élevée que la zone 1, puisque le client y déambule généralement en peignoir ou en paréo ;

Zone 3 : les vestiaires, la salle de repos et les espaces humides : des températures plus élevées que celles de la zone 2 (environ 24 à 25° degrés) ;

Zone 4 : le ressenti étant différent pour chaque client, je vous conseille de munir vos cabines de thermostats individuels, de façon à pouvoir monter ou descendre la température en fonction de ses préférences.

Et n'oubliez pas : en matière de spa, l'ambiance et l'expérience client sont comme le pouce et l'index d'une main. Ce sont les deux doigts qui tiennent la carte de crédit du client. Ils valent bien une belle manucure...

BIO EXPRESS



A la tête d'Atmosphere Spa Design, Sam Margulies a déjà accompagné plus de 130 créations de spas dans le monde. Fondateur du Global Speakers Group, il enseigne aussi à l'université de Californie, à Irvine (UCI), et à l'école hôtelière de Leysin, en Suisse.

LES DERNIERS ARTICLES DE LA RUBRIQUE

