

# Le spa en quatre étapes

## Quel spa :

La plupart des spas sont des modèles « familiaux » dont l'intérêt d'achat pour le client est d'abord basé sur l'esthétique, l'adéquation entre l'espace que l'on a pensé à donner à l'appareil et le nombre de personnes qui en profiteront en même temps.

D'autres spas se caractérisent par leurs performances et leurs diversités de massage, ce sont les spas dit à « massage thérapeutique », des appareils dont l'achat correspond plus à un besoin de soin ou d'entretien du corps.

L'orientation du client à ce stade se fera après une bonne analyse de ses attentes et de ses besoins.

## Quel type de client :

Le premier est une personne orientée famille ou amis qui projette l'utilisation du spa comme un objet anti-stress dans un cadre de détente familial ou festif, adaptant sa maison à ce nouvel art de vivre ouvert vers les autres. L'esthétique de l'appareil est un point important car le spa doit mettre en valeur l'espace qui lui sera consacré. La puissance des massages n'est pas le point crucial mais plutôt le confort et le bien-être. Un spa du type « Quebec » ou « Toronto » de 3 à 5 HP lui conviendra parfaitement. Le budget moyen de ce client est entre 5000 et 8000 euro.

Le second sera plus orienté sur le couple ou les amis que sur la famille et projette l'arrivée du spa comme celle d'un appareil de fitness, avec une véritable attente corporelle. La puissance du spa est plus importante pour s'assurer d'un bienfait sur le long terme. Un spa à « massage thérapeutique » du type « Thunderbay » ou « Vancouver » de 10 à 12 HP sera la réponse à son attente. Le budget moyen de ce client est entre 8000 et 12 000 euro.

## Comment le client prospecte :

Le client qui projette l'achat d'un spa va passer obligatoirement par plusieurs phases dans sa prospection, en règle générale, trois.

La première consiste à s'aider d'internet pour vérifier si son budget lui permet de faire cet achat, mais aussi pour découvrir et apprendre à travers les présentations commerciales du web qui sont les acteurs principaux, leurs offres et comment les contacter.

La deuxième sera celle de visiter des magasins qui exposent les spas et où il pourra donc découvrir visuellement et tactilement le produit. Ce sont en premier les vendeurs de piscines et les salons régionaux qui attireront son attention, suivi immédiatement des grandes enseignes de bricolages.

La troisième démarche du client et quelque part la plus importante et celle de la recherche de la confiance, l'enseigne ou le magasin qui sera à même de le conforter dans son choix et de le rassurer quant à la qualité, le SAV et la disponibilité dans le temps des pièces détachées.

La plupart des clients actuels de spa sont des « primo-acquéreur » et n'ont aucune expérience du produit dans lequel ils vont investir. Ils sont seuls face à cet achat et l'expérience d'un voisin, la lecture rassurante d'un forum d'utilisateurs associé à la une bonne formation du vendeur seront les éléments déclencheurs de cet achat.

## **Consolider sa vente :**

Lorsque le client a fait son choix et qu'il commande le produit, c'est maintenant la première étape de consolidation de la vente, en s'assurant que tout ce qui a été dit est écrit est que tous les détails concernant cette vente sont réalisables et assimilés par le client.

### **- Les manuels et guides du constructeur :**

Il est recommandé de donner lors de la vente une copie de ces manuels, ce qui permettra au client d'anticiper les éventuels travaux préalables à sa livraison. (E1/2/3/4 Manuels du Book CSC) et de prendre connaissance du fonctionnement de son futur spa.

### **- La livraison :**

Le client doit être informé qu'il sera livré par un professionnel du transport avec un mode opératoire commun à tous les clients, la LDD. Le délai moyen de livraison d'environ 4 semaines sera validé par un rdv entre lui et le transporteur et ne correspondra pas forcément au jour de la date précisé sur le bon de commande. (Fiche D1/D2 Livraison du Book CSC). Un process de contrôle contractuel des spas est réalisé à chaque livraison entre le chauffeur et le client, c'est important car c'est le début de la garantie de l'appareil et il doit être respecté par le client.

### **- Manutention ou levage :**

Selon la configuration du domicile et le niveau d'exigence du client, un grutage ou une aide à la manutention peut être nécessaire pour lui, il faut expliquer au client que ses besoins sont particuliers et qu'il devra trouver un partenaire local pour réaliser cette prestation. Une aide peut être fournie par CSC pour comprendre ce besoin et orienter au mieux le client.

### **- Services :**

Une option de pose ou de mise en service peut être proposée au client, au travers du site web de CSC mais bientôt directement par le magasin à valider ensuite par CSC. (Conditions sur le site [www.canadianspacompany.fr](http://www.canadianspacompany.fr)). Dans le cas d'un client souhaitant une prestation complète, ce service est parfait mais se limite à une manutention courte sans engin de levage.

### **- SAV :**

Il est intéressant d'informer de façon simple et générale du mode opératoire du SAV avec la remise d'un document explicatif et les coordonnées de CSC ou de la hot line.