

### YSÉAL : LA PETITE FRANCHISE QUI MONTE

**Avec son concept** de salon « haut de gamme à petit prix », le groupe Yséal grandit vite et bien : déjà 15 magasins en Bourgogne en 2 ans d'existence. Une fiche moyenne de 27 euros qui n'exclut pas un agencement haut de gamme, un travail de qualité, des emplacements numéro 1 en centre-ville et en zones commerciales.

Le succès et la bonne santé de l'enseigne reposent également sur une communication soigneusement étudiée : une campagne institutionnelle à l'arrière d'un bus pendant un an, et au cœur du salon, des écrans lcd à chaque place de coiffage qui relaient l'information située en vitrine. Aujourd'hui, play.ball. Une stratégie qui booste le dialogue entre le collaborateur et sa cliente et qui fait la part belle à la vente : de 12 à 14 % du chiffre d'affaires global selon les mois. La pérennité du groupe repose d'ores et déjà sur la promotion interne, tous les franchisés étant issus du sérail. Un turnover inférieur à 10 %, des challenges motivants, des plans de carrière attractifs incitent les collaborateurs à capitaliser sur la marque. « Plus que de la coiffure, un état d'esprit », explique Laurent Picouet, P.-D.G. d'Yséal, qui incarne brillamment la 3<sup>e</sup> génération de coiffeurs de sa famille. Ses objectifs ? « Un développement en Champagne-Ardenne, qui se fera au gré des opportunités, car tout repose sur l'humain. L'important est que les femmes reviennent plus souvent en salon. » Nul doute que cette sage philosophie porte ses fruits...

