



## Créer son institut de Beauté Esthétique à domicile

Vous souhaitez créer votre institut ou devenir indépendante en réalisant des soins à domicile ? Vous ne savez pas quelles démarches entreprendre et quelles sont les différentes étapes à suivre ? Découvrez à travers ce document, le cheminement que vous devez réaliser avant de vous installer à votre compte

### Préalable :

Pour ouvrir son institut vous devez être titulaire d'un CAP esthétique ou d'un diplôme minimum de niveau V en rapport avec ce métier. Néanmoins, la personne responsable de l'institut peut ne pas être diplômée mais doit embaucher une personne possédant le diplôme d'esthétique ou une personne qui a plus de 3 ans d'expérience.

Le CAP n'apportant que peu de base en gestion, il est préférable d'avoir un BEP ou BAC pro pour ouvrir son institut. En effet, l'esthéticienne qui se met à son compte devra avoir toutes les compétences nécessaires à son activité d'esthétique : professionnalisme (maîtrise des techniques de soin), aimabilité, écoute de la clientèle... mais l'esthéticienne chef d'entreprise devra aussi être une bonne commerçante ainsi qu'une bonne gestionnaire car une telle activité nécessite la gestion d'un stock et la vente de produits cosmétiques.

Vous vous sentez l'étoffe d'une future esthéticienne chef d'entreprise ?

Alors suivez le guide... Notre petit document est là pour vous aider à poser votre stratégie.

Voici les 4 étapes primordiales préalables à votre lancement :

1. L'étude de faisabilité ou l'étude de marché
2. Le choix stratégique des produits et de la communication
3. L'approche chiffrée de votre activité
4. Le financement de votre projet.

**ATTENTION!** Ne faites pas l'erreur de parler de financement avant de parler de votre projet.  
Ne faites pas l'erreur de définir votre projet avant d'avoir étudié votre marché.

## 1. L'étude de marché : étape la plus importante

Vous êtes esthéticienne, vous souhaitez créer votre propre établissement ou vous installer à domicile et vous vous dites que pour une telle activité, il n'y a pas besoin de produire (réaliser) une étude de marché ?

Faux ! L'étude de marché est essentielle, quelle que soit l'activité. Il faut prendre cet exercice comme de la prospection commerciale.

En théorie l'étude de marché sert à vous dire où vous installer en montrant qu'à cet endroit, le potentiel clientèle est suffisant, qu'une demande n'est pas satisfaite, ou que certaines prestations sont manquantes...

Dans la pratique, vous êtes nombreuses à avoir envie de vous installer à un endroit et de rayonner sur la zone que vous avez définie car par exemple, vous n'habitez pas très loin. On ne peut pas vous en vouloir mais vous devez alors vous assurer que cette zone de rayonnement est suffisante pour vivre de votre activité.

### a. Identifiez vos concurrents, leurs situations géographiques...

L'absence de concurrent peut être un plus, mais doit aussi vous donner la puce à l'oreille. Si personne ne s'est installé avant vous, c'est peut être que le potentiel client n'est pas suffisant ?

### b. Identifiez les prestations de vos concurrents

Ainsi que leurs tarifs et constatez (déterminer ou noter) les gammes de produits qu'ils utilisent.

L'idée dans un premier temps est de réaliser un constat : où se trouvent mes concurrents ? et que proposent-ils ?

### c. Déterminer les clients potentiels :

Que veulent les personnes qui sont dans le rayonnement géographique étudié (ou choisi) ? (Le marché national ne doit vous donner que la tendance des consommateurs et vous devez connaître la tendance sur votre secteur).

A ce stade, vous continuez d'étudier votre marché mais vous démarrez en même temps votre prospection commerciale. N'hésitez pas à réaliser un petit questionnaire, qui aura pour but de définir votre positionnement stratégique : types de prestations, tarifications, type de produits, horaires d'ouvertures... en posant des questions comme :

Qu'attendez-vous de votre esthéticienne? (épilation, ongles, soin visage, soin corps...)

Quels prix souhaitez vous mettre dans vos soins du visage? (30-40€ ; 40-50€ ; 50-60€ ; davantage à condition que le soin soit à la hauteur.)...

Aimeriez vous que votre esthéticienne utilise des produits biologiques ? (oui, non, peu importe)

Vous préférez venir à l'institut : la semaine, le week-end, tôt le matin, entre midi et 14h, le soir ? Quels jours de la semaine préférez-vous habituellement (inscrire 1-2 et 3 par ordre de préférence, à côté des jours de la semaine)

Souhaitez-vous recevoir un mail à l'ouverture de l'institut ? N'oubliez pas d'inscrire les coordonnées mail et postal de la personne que vous avez sondée, en vue de pouvoir la contacter (n'hésitez pas à inscrire 10% de remise, ou un soin offert ou autres promotions pour les remercier d'avoir participé au questionnaire) dans le but que ces personnes viennent découvrir votre institut dès votre installation.

A l'issue de votre étude de marché, vous avez pu déterminer qui sont vos concurrents, où est ce qu'ils sont implantés et ce qu'ils proposent. Vous vous êtes rendu compte de ce qu'attendait la clientèle et de ce qu'elle ne souhaitait pas...

A ce moment là, vous êtes en mesure de déterminer votre stratégie :

1. Où dois-je m'installer ?
2. Quelles prestations dois-je proposer ?
3. Quels produits ? Quel positionnement tarifaire ?
4. Quelle stratégie de communication adopter ?

## 2. Le choix stratégique des produits et de la communication

Quels sont, en fonction de la clientèle et de la concurrence, les meilleurs produits à adopter ? Eviter en général des produits d'une marque déjà utilisée dans la zone de travail où vous vous trouvez afin d'éviter toute concurrence inutile et la comparaison du prix des soins et des produits entre votre institut et un autre.

Une marque connue ou une marque qui démarre ? Une marque connue peut présenter l'avantage de la réputation de la marque (si celle-ci est bonne évidemment !) mais peuvent présenter certaines contraintes financières tout d'abord (ouverture de compte, stock et investissement produit au démarrage assez lourd ; objectifs mensuels suivant les marques...). Inversement, les marques peu connues ont l'avantage de présenter souvent des conditions financières intéressantes (pas de minimum de commande, pas d'obligation de stock, ni d'objectifs difficiles à atteindre) mais ont toutes leur réputation à faire... A vous de tester et de faire votre choix.

Du conventionnel, du naturel, du bio ?

Bien entendu, avant tout, il y a une aspiration personnelle car le naturel et/ou bio n'est pas une fin en soi. Si c'est dans l'air du temps, vérifiez, selon votre étude de marché et votre positionnement stratégique, si une marque biologique pourrait être intéressante pour votre clientèle et pour votre développement... mais avant tout, soyez en harmonie avec vous même. Les gammes biologiques sont aussi performantes que les gammes conventionnelles et ne sont pas plus chères mais si vous n'êtes pas sensible au bio alors n'y allez pas.

Vous avez bien avancé ! vous avez trouvé vos produits, défini une carte de prestations

Maintenant, comment est-ce que je communique mon choix à une nouvelle clientèle ?

Réalisez ou faites réaliser un document de qualité professionnelle qui reprenne vos prestations, vos produits et vos tarifs. Vous pouvez ensuite distribuer ce document par l'intermédiaire de la poste, dans les boîtes aux lettres et si vous comptez faire du domicile, nous vous conseillons, de faire vous même ce publipostage, afin d'aller à la rencontre de votre clientèle. Vous pouvez aussi faire de la communication dans la presse locale mais validez en l'intérêt car le coût est élevé pour un retour non garanti). Internet et les réseaux sociaux sont des vecteurs très importants donc ne les négligez pas. Réalisez ou faites réaliser une page internet avec vos prestations et tarifs, rien de trop compliqué mais avec l'adresse, les horaires et vos coordonnées. Ouvrez éventuellement une page facebook pour parler de vos promotions et faire en sorte que les amis de vos amis y aient accès.



### 3. Approche chiffrée

Pour cette étude financière, nous vous conseillons de vous rapprocher d'un comptable ou des organismes d'aide à la création d'entreprise. ( les BGE, les Chambres de Métiers et de l'Artisanat, réseau France Active,...)

Mais attention, certains professionnels vous réalisent une étude non personnalisée qui tient compte des chiffres constatés dans le secteur de l'esthétique.

Il est donc essentiel de comprendre votre compte de résultat pour en affiner certaines données en fonction de votre étude de marché.

Ci après, voici les informations principales présentées dans un compte de résultats que vous devez appréhender pour mieux en maîtriser la réalité

#### a. Le chiffre d'affaire

Grâce à la première étape vous avez identifié vos concurrents et vous vous êtes positionné sur les prestations que vous allez proposer et à quel coût. Avec votre stratégie de communication et l'importance de vos réseaux, vous avez estimé votre potentiel de clients.

Par conséquent vous pouvez déterminer votre Chiffre d'Affaire prévisionnel :

Par Exemple :

Chiffre d'affaire prestation :

épilations 15€ : 20 par semaine

soin visage oxalia 45€ : 5 soins prévus en moyenne par semaine

soin corps oxalia : 50€ : 2 par semaine

etc. (pareil avec toute votre carte de prestations)

vous multipliez le tout par 47 semaines (nous considérons 5 semaines de vacances) et vous obtenez votre Chiffre d'Affaire prestations sur l'année. Vous pouvez travailler aussi par mois en tenant compte de la saisonnalité de votre activité

Chiffre d'affaire lié aux ventes de produits :

Concernant le Chiffre d'affaire des ventes de produits, celui-ci doit être au minimum de 20% du Chiffre d'Affaire global. La moyenne du secteur avoisine les 24% et certains n'hésitent pas à dire qu'il faudrait 40 à 50% du CA en vente de produits pour que l'activité soit rentable. En tant qu'esthéticienne vous recouvrez donc la casquette de vendeuse ou plutôt de « conseillère avisée » et vous devez prendre en considération que la vente de produits n'est pas accessoire à votre métier... (Même si vous faites du domicile !)

#### b. Le taux de marge :

il s'agit du montant de vos achats de matières premières utilisées, rapporté aux prestations réalisées et les achats de marchandises effectués comparés aux ventes réalisées. Un peu compliqué... ?

Taux de marge prestation d'esthétique : il s'agit du montant de vos achats de matières premières utilisées, rapporté aux prestations réalisées Ex : pour réaliser un soin oxalia : vendu par exemple 45€, vous utilisez 3-4€ de produit. (pour une épilation, il s'agit de l'usage de la cire...) Par mesure de sécurité nous estimerons votre marge à 90% sur les prestations.

Taux de marge lié à la vente de produits cosmétiques : il s'agit des achats de marchandises effectués comparés aux ventes réalisées.

Le coefficient constaté pour les ventes de produits est de 2 c'est à dire que vous achetez un produit 10€HT et vous le revendez 20€TTC soit une marge de 40%.

### c. Les charges liées à votre activité et à votre établissement

Il s'agit de l'eau, l'électricité, les assurances pour le local et responsabilité civile, le loyer etc. En fonction de votre emplacement, ces charges seront très différentes.

### d. Masse salariale :

Lors de votre 1ère année d'exploitation, vous pouvez bénéficier d'une exonération partielle des cotisations sociales si vous êtes préalablement demandeur d'emploi ou âgée de moins de 25 ans. Si vous n'avez pas d'exonération, comptez 45% de charges sociales minimum par rapport à votre rémunération nette. Parlez en à votre référent financier.

Détail des charges		Année 1
<b>FOURNITURES CONSOMMABLES</b>		
Fournitures administratives		500
Fournitures d'entretien		200
Petit matériel et outillage		400
Emballages		300
<b>CHARGES EXTERNES</b>		
Locations et charges locatives		6 000
Frais d'entretien et de réparations		200
Eau, électricité, télécommunications		800
Assurances		400
Honoraires (comptable et autres)		1 500
Publicité		1 500
Services bancaires et assimilés		300
Divers		500
<b>Total Autres achats et charges externes</b>		<b>12 600</b>
<b>Total charges variables</b>		<b>-</b>

### En conclusion

Dans notre exemple, vous obtenez un budget prévisionnel (en HT) comme celui présenté ci après.

On voit apparaître un nouvel élément appelé CAF.

Sans trop rentrer dans le détail, il faut vous dire que ce montant de CAF (Capacité d'Auto Financement) doit vous servir à plusieurs choses :

- Rembourser les éventuels emprunts que vous avez contractés auprès d'organismes de crédit
- Vous rémunérer
- Réaliser de nouveaux investissements.

### 5. Le plan de financement

Enfin ! nous allons pouvoir aborder le financement...

Alors sachez que je ne rentrerai pas dans le détail tant celui-ci ne peut être normé (en fonction de la taille de l'institut que vous visez, domicile ? fixe ?)

Ce qu'il est important que vous reteniez sur cette partie de financement est que les banques et autres investisseurs (prêt à taux 0 du département, de la région...) s'attachent à votre capacité de remboursement.

En d'autres termes, après le prélèvement de votre rémunération, le montant de CAF est de combien ?

Si ce montant est de 2000€ alors la banque vous prêtera un maximum de 10000€ sur 5 années (souvent plus proche de 3 fois le montant de la CAF)

Vous l'avez compris, tout découle de votre chiffre d'affaire. Mais c'est à ce moment que je vous invite à faire preuve de prudence car si vous surestimez votre chiffre d'affaire, vous allez vers de grandes difficultés.

Autre conseil : il existe des organisme pour garantir votre emprunt ce qui vous limite votre engagement personnel en tant que caution du prêt. Rapprochez vous de l'association France Active ([franceactive.org](http://franceactive.org))

En €	Année 1	%
<b>CHIFFRE D'AFFAIRE</b>	<b>50 000</b>	<b>100,0%</b>
<i>prestation de services</i>	35 000	70,0%
<i>vente de produits</i>	15 000	30,0%
<b>Achat marchandises &amp; Consommation M.P</b>	<b>12 500</b>	
<i>Consommation M.P.</i>	3 500	7,0%
<i>Achat marchandises</i>	9 000	18,0%
<b>Charges externes et autres charges</b>	<b>12 600</b>	<b>25,2%</b>
<b>VALEUR AJOUTEE</b>	<b>24 900</b>	<b>49,8%</b>
<b>Masse salariale</b>	<b>5 400</b>	<b>10,8%</b>
<i>dont salaires salariés</i>		0,0%
<i>dont charges sociales salariés</i>		0,0%
<i>dont cotisations sociales exploitant</i>	5 400	10,8%
<b>EBE</b>	<b>19 500</b>	<b>39,0%</b>
Dotations aux amortissements et prov.	2 500	5,0%
<b>RESULTAT D'EXPLOITATION</b>	<b>17 000</b>	<b>34,0%</b>
<i>Produits financiers</i>		0,0%
<b>RESULTAT ECONOMIQUE</b>	<b>17 000</b>	<b>34,0%</b>
Frais financiers (intérêts d'emprunt)	500	1,0%
<b>RESULTAT COURANT</b>	<b>16 500</b>	<b>33,0%</b>
<i>résultat exceptionnel</i>		0,0%
<b>resultat de l'exercice</b>	<b>16 500</b>	<b>33,0%</b>
IS		0,0%
<b>Resultat net</b>	<b>16 500</b>	<b>33,0%</b>
<b>CAF</b>	<b>19 000</b>	<b>38,0%</b>
<b>Rémunération esthétique</b>	12000	24,0%

## Conclusion générale

J'espère que vous aurez apprécié ce document et qu'il vous aura donné les clés pour réaliser au mieux votre projet.

Selon le résultat de votre étude de marché, je vous invite à consulter notre gamme de **cosmétiques biologiques Oxalia** qui elle aussi, a fait l'objet d'une étude de marché poussée, lui permettant de se positionner sur plusieurs axes : la qualité, le bio, l'efficacité et les tarifs accessibles pour toucher le plus grand nombre.

En tant que créateur d'entreprise, je vous assure que cette aventure est magnifique. L'indépendance de l'activité, être son propre chef, prendre ses propres décisions sont des choses qui n'ont pas de prix. Mais il faut être conscient que si vous êtes très compétent(e) dans votre domaine, il faudra aussi une bonne dose de gestion, d'administration, et de commercial. Il faut aussi vous dire que le démarrage sera difficile mais qu'une fois parti, c'est que du bonheur (enfin presque!)

### Pour aller un peu plus loin :

Je vous invite à consulter le site de l'**APCE** sur internet qui est la «bible» pour les créateurs d'entreprise.

Petit conseil sur le choix du statut : le statut que vous choisirez aura une incidence fiscale mais aussi sur votre implication personnelle en cas de défaillance de votre entreprise. Il ne faut donc pas négliger votre choix. Faites attention de protéger votre patrimoine personnel et celui de votre famille à commencer par votre bien principal en choisissant l'EURL ou SARL mais attention, même avec ces statuts, les banques vous demandent souvent de vous porter caution personnelle. Soyez vigilant, très vigilant. Vous pouvez négocier ces garanties. Discutez en avec le réseau **France active**, notamment il existe une garantie dédiée aux femmes qui exclue toute caution personnelle (FGIF) renseignez-vous.