



DIAMOND'S TOUCH
C'EST L'ÉLÉGANCE SIMPLE QUI NOUS CHARME

Perfectionnement Business & Posture Professionnelle du Toiletteur (Distanciel)

Programme 2026

(attention : ceci n'est pas le programme à
transmettre aux organismes de financement)

Public concerné : Toiletteurs en activité, installés ou salariés, souhaitant structurer et sécuriser leur activité.

Niveau : Perfectionnement orienté gestion, relation client, posture professionnelle et rentabilité.

Modalité : Visioconférence en direct, 1 module par mois, Durée d'un module : 4 heures.

Pré-requis des moyens de mise en œuvre : posséder un téléphone portable, ou un ordinateur

Objectif général : Permettre aux toiletteurs de développer une activité sereine, rentable et structurée, tout en renforçant leur posture professionnelle et leur confiance.

Janvier : Sortir du rôle « gentille toiletteuse » et devenir une professionnelle respectée

Objectifs pédagogiques

- Comprendre pourquoi les clients prennent parfois le pouvoir sur la relation.
- Installer un cadre professionnel clair et respectueux.
- Développer une posture affirmée sans conflit.

Contenus abordés

- Mécanismes psychologiques fréquents (culpabilité, peur de décevoir, besoin de plaire).
- Comment poser ses limites sans agressivité.
- Identifier les comportements abusifs des clients.
- Scripts de communication : réponses fermes et bienveillantes.

Résultats attendus

- Le participant sait poser un cadre clair et se faire respecter.
- Il gagne en assurance et en stabilité émotionnelle face aux clients.

Février : Comprendre son client : profils, attentes et communication adaptée

Objectifs pédagogiques

- Identifier les différents profils de clients.
- Adapter son discours pour éviter les tensions.
- Prévenir les malentendus et frustrations.

Contenus abordés

- Les principaux profils clients : anxieux, radins, pressés, contrôlants, fusionnels, perfectionnistes...
- Signaux d'alerte et attitudes à adopter.

- Comment dire NON proprement et professionnellement.
- Outils et scripts de communication au comptoir.

Résultats attendus

- Le participant comprend mieux ses clients et ajuste sa communication.
- Il limite les situations conflictuelles.

Mars : Construire des tarifs justes et oser les appliquer

Objectifs pédagogiques

- Comprendre la structure réelle d'un prix.
- Identifier les erreurs courantes de tarification.
- Savoir expliquer un tarif au client.

Contenus abordés

- Calcul simple du coût de revient.
- Marge, charges, rentabilité.
- Prix émotionnels versus prix professionnels.
- Comment annoncer une augmentation de tarif.

Résultats attendus

- Le participant sait fixer des tarifs professionnels et assumés.
- Il gagne en stabilité financière.

Avril : Augmenter le panier moyen sans vendre de force

Objectifs pédagogiques

- Développer des ventes naturelles et éthiques.
- Créer de la valeur pour le client.
- Stabiliser ses revenus.

Contenus abordés

- Concept de recommandation naturelle.
- Offres complémentaires pertinentes.
- Abonnements, forfaits, programmes fidélité.
- Créer une expérience client premium.

Résultats attendus

- Le participant augmente sereinement son panier moyen.
- Il améliore la rentabilité de son salon.

Mai : Reprendre le contrôle de son planning et de son temps

Objectifs pédagogiques

- Optimiser son organisation quotidienne.
- Limiter les sources de stress.
- Planifier sans s'épuiser.

Contenus abordés

- Structuration d'un planning équilibré.
- Règles de gestion des retards et absences.
- Gestion du temps long et micro-pauses.
- Limiter la surcharge mentale.

Résultats attendus

- Le participant gagne en clarté et en fluidité.
- La fatigue émotionnelle diminue.

Juin : Gérer les clients difficiles et prévenir les conflits

Objectifs pédagogiques

- Savoir répondre sereinement aux réclamations.
- Apprendre à désamorcer les tensions.
- Protéger sa posture professionnelle.

Contenus abordés

- Structure d'une réponse professionnelle.
- Techniques de communication apaisantes.
- Situations types et cas concrets.
- Quand et comment mettre fin à une relation client.

Résultats attendus

- Le participant sait gérer les situations sensibles.
- Il conserve calme et assurance.

Juillet : Se protéger juridiquement et administrativement

Objectifs pédagogiques

- Comprendre et cadrer sa responsabilité professionnelle.
- Mettre en place des outils simples de traçabilité.
- Réduire les risques de litiges.

Contenus abordés

- Consentement éclairé.
- Mentions et documents essentiels.
- Photos, notes et dossiers clients.
- Bonnes pratiques en cas d'incident.

Résultats attendus

- Le participant se sent sécurisé juridiquement.
- Il gagne en sérénité dans sa pratique quotidienne.

Août : Identité professionnelle et confiance en soi

Objectifs pédagogiques

- Clarifier son positionnement.
- Renforcer l'estime de soi professionnelle.
- Sortir de la comparaison toxique.

Contenus abordés

- Identifier ses forces.
- Assumer son style.
- Filtrer les bons et mauvais clients.
- Poser un cadre respectueux et stable.

Résultats attendus

- Le participant assume sa valeur et son identité pro.
- Il attire davantage une clientèle alignée.

Septembre : Communication simple et efficace avec ses clients

Objectifs pédagogiques

- Améliorer la clarté des échanges.
- Rassurer les clients sans se justifier.
- Utiliser des supports modernes de façon saine.

Contenus abordés

- Messages essentiels à transmettre.
- Utilisation raisonnée des réseaux sociaux.
- Gestion des avis clients.
- Créer une communication rassurante et cohérente.

Résultats attendus

- Le participant communique avec professionnalisme.
- La relation client devient plus fluide.

Octobre : Construire une clientèle saine et fidèle

Objectifs pédagogiques

- Stabiliser et sécuriser son activité.
- Créer une relation durable avec les clients.
- Limiter le turn-over.

Contenus abordés

- Expérience client globale.
- Rituels de suivi.
- Gestion adaptée des chiots et seniors.
- Sortir progressivement des dossiers toxiques.

Résultats attendus

- Le participant développe une clientèle sereine et fidèle.
- Son quotidien devient plus agréable et stable.

Novembre : Repositionnement et montée en gamme

Objectifs pédagogiques

- Redéfinir son image professionnelle.
- Attirer une clientèle respectueuse.
- Sortir de la guerre des prix.

Contenus abordés

- Travail sur l'image de marque.
- Alignement valeurs/offres.

- Création d'offres premium.
- Tri progressif de la clientèle.

Résultats attendus

- Le participant reprend le contrôle de son positionnement.
- Il améliore sa reconnaissance professionnelle.

Décembre : Bilan et plan d'actions pour durer dans le métier

Objectifs pédagogiques

- Prendre du recul sur son activité.
- Poser des objectifs réalistes.
- Structurer une vision sereine.

Contenus abordés

- Bilan financier simplifié.
- Bilan émotionnel et organisationnel.
- Objectifs SMART.
- Plan d'actions sur 12 mois.

Résultats attendus

- Le participant sait où il va.
- Il dispose d'un plan clair et structuré pour l'année suivante.

Modalités pédagogiques et évaluation

- Méthodes pédagogiques : apports théoriques, études de cas, échanges collectifs, mises en situation orales.
- Supports remis : fiches pratiques, scripts de communication, modèles d'outils prêt-à-l'emploi.
- Évaluation des acquis : QCM et/ou étude de cas en fin de session.
- Attestation de formation délivrée à l'issue du module.