

Techniques de merchandisages spécifiques

- Signalétiques :

La salle de soin et la salle UV sont isolées pour respecter le confort de la clientèle.
Sur chaque porte est indiqué le nom de la salle (U.V et salle de soin).

- Mise en valeur des produits :

Les produits sont exposés à l'entrée de l'institut dans des vitrines et sur des étagères.

Les produits sont rangés par marque et par type de peaux.

- Mise en valeur des services

Deux prospectus sont disponibles, intitulés :

- « Les prestations...rien que pour ELLE »
- « Les prestations...rien que pour LUI »

La carte de fidélité permet à la clientèle, au bout du 10^{ème} entretien, de bénéficier de 10% sur l'ensemble des prestations.

Les prestations sont affichées sur la porte d'entrée, et dans la salle d'attente.