

À la découverte du nouveau Phytomer DE LA MER À LA PEAU...

par Laure JEANDEMANGE



Phytomer est une marque de soins de la mer hautement technologique et extrêmement connue.

Si cette image est juste et centrale, Phytomer, c'est aussi beaucoup plus que ça. Tour d'horizon de l'évolution de Phytomer avec Mathilde Gédouin-Lagarde, Directrice Marketing et Communication.

'OBJECTIF

«Notre objectif a été de proposer du renouveau dans la continuité. Les forces historiques de la marque que sont la passion pour la mer, l'extraordinaire laboratoire de R&D, et le soin manuel holistique ont été conservés. Nous avons capitalisé sur ces forces en leur donnant un grand coup d'accélérateur, tout en apportant un capital séduction supplémentaire à Phytomer.

Les biotechnologies marines

ou comment transmettre l'incroyable potentiel de la mer à la peau ?

Phytomer a toujours eu comme moteur son laboratoire de recherche et développement en interne. Ce laboratoire extraordinaire nous permet de mettre au point nos produits, de la matière première au produit fini. Nous maîtrisons l'intégralité de la chaîne, ce qui nous donne un véritable avantage par rapport à nos concurrents. Nous mettons au point nos propres actifs et contrôlons le produit du début à la fin, ce qui lui assure une pureté et une qualité exceptionnelles.

En 2012, nous avons souhaité accélérer notre développement technologique avec un tournant majeur dans les biotechnologies marines qui nous permettent d'avoir des ingrédients exclusifs et différents de ce que peuvent proposer nos concurrents. Pour cela, nous avons construit un nouveau laboratoire de plus de 1000 m² dans la baie du Mont Saint Michel. Une quarantaine de scientifiques y travaillent pour inventer la cosmétique

de demain. En plus de ce laboratoire de pointe, nous sommes des découvreurs de talents, nous recherchons les scientifiques les plus passionnants dans le domaine de la mer pour s'associer avec eux et mettre en place des programmes de recherche collaboratifs. Résultat, nous sommes les seuls à maîtriser les biotechnologies marines grâce à notre laboratoire, le plus pointu en cosmétique marine en France et dans le monde ! Nos chercheurs, inspirés par l'incroyable potentiel de mer, créent ainsi des actifs uniques qui, étape après étape, deviennent des soins.

Le repackaging

pour exprimer une beauté vraie et saine

Nous avons effectué une refonte complète des emballages de nos produits avec l'objectif d'être à

la fois plus haut de gamme et plus féminin pour apporter de la douceur à l'image de la marque Phytomer, tout en conservant son aspect high tech et performant.

Nos nouveaux packagings bleus expriment toute notre passion pour la mer et la capacité unique de notre laboratoire à s'en s'inspirer pour créer des actifs de pointe.

Le digital

pour donner plus de notoriété au soin made in Saint-Malo

Phytomer occupe le terrain depuis plus de 40 ans, la marque est connue et reconnue par les professionnels. Nous avons souhaité nous rapprocher des consommateurs finaux en investissant la toile de manière intensive sur les réseaux sociaux et avec un nouveau site Internet. Aujourd'hui, nous avons 8 000 fans sur notre page Facebook et un trafic très important sur notre site Internet qui a la particularité d'être web to store. Concrètement, l'internaute commande son produit Phytomer en ligne et va le retirer gratuitement dans l'institut de beauté le plus proche de chez lui. Il ne fait que réserver son produit en ligne et le règle en magasin. Le but est de valoriser le réseau physique et de convertir des acheteurs de produits en acheteurs de soins ; ça fonctionne très bien. Phytomer est très présent dans la presse féminine grand public, c'est la marque professionnelle la plus citée. Les clients nous voient dans les magazines, vont sur le site acheter un produit et se retrouvent à le régler en institut.

En juillet 2015, dans le cadre des réseaux sociaux, nous avons créé un blog : «Les Chroniques de Phytomer». Nous avons recruté une équipe de quatre chroniqueuses pour animer le blog. Chaque mois, elles reçoivent une box Phytomer réunissant plusieurs produits autour d'un thème : l'hydratation, les masques... à partir de cette box, elles publient un article qui résume leur expérience avec une photo. L'objectif est d'avoir une touche plus personnelle, un regard différent sur les produits Phytomer.

Phytomer Spa & Wellness

la vitrine de la beauté et du bien-être by Phytomer

Phytomer avait un spa datant de 1999, le premier spa de France ! Les années passant, l'image de Phytomer évoluant, nous voulions une vitrine plus ambitieuse, qui reflète vraiment la marque. Ainsi, en 2015, près du siège de Saint Malo, nous avons ouvert notre spa de 500 m² comprenant deux cabines techniques (épilation, manucurie/pédicurie), six cabines de soin dont deux suites de haut standing avec leur propre salle de bains, un vestiaire, un espace de relaxation et un jardin privatif.

**Nous avons
le laboratoire
le plus pointu
au monde
en cosmétique
marine.**



Le Spa de St Malo.



Le soin manuel

ou comment proposer une expérience de soin unique

Nous avons encore amplifié l'efficacité et la performance de nos soins cabine en mettant l'accent sur les techniques manuelles. Nous avons l'intime conviction que le soin passe par la main et nous voulons valoriser le savoir-faire manuel des professionnelles. Pour ce faire, nous travaillons en interne avec notre centre de formation international mais aussi en partenariat étroit avec un ostéopathe conseil pour développer des techniques manuelles à la fois originales et performantes.

Un soin Phytomer n'est clairement pas un enchaînement d'application de produits les uns à la suite des autres. C'est une expérience, une notion de service, de prise en charge de la tête aux pieds. Tout cela passe par le protocole manuel mais aussi par les sensations et les odeurs que l'on va retrouver dans chacun des produits au fil des étapes du soin. Cette idée d'expérience de soin, de prise en charge globale est extrêmement importante et fondatrice dans la création des soins Phytomer depuis les années 70.

La formation :

mieux connectées, mieux formées

En janvier 2015, nous avons mis au point une plate-forme de formation en ligne «e-connect». Cet espace propose de la formation classique avec en plus de nombreuses vidéos d'argumentaires de vente précis pour chacun des produits Phytomer mais aussi sur des questions classiques : pourquoi utiliser une lotion ? À quoi sert une crème de nuit ? Ce sont des questions concrètes, très orientées consommateurs qui permettent à l'esthéticienne d'apporter des réponses simples et pratiques qui vont convaincre sa cliente.

D'autre part, nous avons revu intégralement notre programme de formation initiale de quatre jours en y intégrant la dynamique vente, les réseaux sociaux et le e-commerce.

L'innovation produit

toujours une longueur d'avance

Mi-février, Phytomer va proposer un produit minceur exceptionnel par son approche. Il s'agit d'une lotion tri-phasée qui associe :

- une phase huileuse pour la sensorialité et le plaisir d'application,
- une phase poudre qui est un concentré d'actifs pour profiter d'un effet blur instantané qui floute la cellulite et la peau d'orange,
- une phase aqueuse concentrée en algues minceur pour un effet correction durable.

Ce produit innovant s'appelle «Body Blur Shaka Shaka», «shaka» pour «shaking» (secouer, en anglais). Avec ce soin, nous voulons ré-enchanter la minceur qui est un acte assez culpabilisant, en faire un geste sympathique et agréable avec une efficacité prouvée exceptionnelle.

Les ambassadrices Phytomer à la conquête de la capitale !

Après une période de stagnation, en 2014 nous sommes passés à une croissance à deux chiffres. 2015 s'annonce dans la même dynamique avec l'ouverture de comptes importants et une dynamique positive sur le marché français où nous souhaitons accélérer notre développement aussi bien en spas qu'en instituts.

Phytomer est actuellement présent en France dans 600 points de vente exclusivement professionnels. Notre premier objectif est de gagner en visibilité. En effet, nous avons un bon maillage territorial mais avec un déficit dans les plus grandes villes françaises. Nous souhaitons donc avant tout conquérir la capitale et être mieux représentés à Marseille et Lyon. Nous n'avons pas pour vocation de développer un réseau d'espaces en propre, par contre nous souhaitons trouver d'excellentes professionnelles avec qui nous associer dans ces grandes villes.

Idéalement, nous recherchons des professionnelles ambitieuses, motivées, déjà installées (avec au minimum deux cabines) et qui ont envie de donner un coup d'accélérateur à leur activité. Nous sommes prêts à investir financièrement pour transformer ou améliorer la qualité de l'espace existant d'un point de vue architectural, merchandising et proposer une formation d'excellence. En plus d'être un point de vente classique, ces espaces seront des vitrines de l'image et du professionnalisme Phytomer. Nous développerons un partenariat très privilégié : formations régulières au siège de Saint Malo, formation merchandising, marketing, vente... C'est un partenariat gagnant-gagnant où Phytomer gagnera en visibilité et l'ambassadrice Phytomer gagnera en résultats et en image. 

Nous recherchons des professionnelles ambitieuses et motivées.