



RAPPORT DE RÉFÉRENCE SUR LA BEAUTÉ ET LE BIEN-ÊTRE EN 2025

LES DONNÉES, LES PERSPECTIVES
ET LES TENDANCES DE CROISSANCE
QUI DÉFINISSENT L'INDUSTRIE

INTRODUCTION

Le secteur de la beauté et du bien-être a connu une modification de croissance, avec une augmentation de seulement 2 % cette année contre 5 % l'année dernière, ce qui indique des changements dans la dynamique du marché et les tendances des dépenses des consommateurs.

Les points de contact numériques, tels que les réservations en ligne et les consultations virtuelles, continuent d'améliorer l'expérience des clients. Les entreprises de services qui adoptent ces tendances allient commodité et soin pour répondre à l'évolution des préférences des clients.

Trois tendances clés mettent en évidence les stratégies que les entreprises du secteur de la beauté et du bien-être peuvent exploiter pour stimuler la croissance en 2025 et au-delà.

1. Les modèles de revenus liés à l'abonnement restent la source de croissance la plus stable.
2. Il est essentiel de fidéliser les clients, car une fraction des clients réguliers représente une part importante du chiffre d'affaires total.
3. L'expansion des centres a stimulé la croissance des revenus, poursuivant une tendance observée dans le rapport de l'année dernière. Bien que le secteur ait progressé de 2 %, les marques qui se sont concentrées sur l'ouverture de nouveaux de sites ont enregistré une augmentation de 5 %, ce qui renforce l'impact continu de l'expansion sur la croissance du chiffre d'affaires.

Ce rapport constitue une ressource essentielle pour les marques de produits de beauté et de bien-être. Il les aide à comprendre les tendances de consommation, à comparer les performances de l'entreprise à des critères de référence et à identifier les tactiques et les technologies susceptibles de favoriser la réussite et de soutenir la croissance globale.



A PROPOS DE CE RAPPORT

CE QU'IL Y A À L'INTÉRIEUR



En janvier 2025, Zenoti a passé en revue les mesures de performance recueillies à partir de sa plateforme technologique pour l'année 2024. Zenoti étant au service de plus de 30 000 entreprises à travers le monde, ces données font office de référence pour identifier les tendances et découvrir des informations clés.

Ce rapport fournit les références les plus complètes et les plus récentes du secteur pour les États-Unis et le Canada, avec des données réparties sur trois niveaux : les acteurs les plus performants, les acteurs très performants et les acteurs dans la moyenne.

Notes du directeur général

Informations principales et tendances

Récapitulatif 2024 : Quels sont les moteurs de la croissance des revenus ?

Données de référence et de tendance pour le secteur en 2025

Afin de fournir des données précises pour une variété de catégories d'entreprises, le rapport de référence sur la beauté et le bien-être couvre ces sept secteurs d'activité :

Salons

- Comprend les salons offrant un service complet, les salons de sourcils et de cils et les autres salons spécialisés

Ongleries

Barbiers

Centres d'épilation

Spas avec abonnement

- Au moins 30 % du chiffre d'affaires provient des abonnements

Spas sans abonnement

Spas médicaux (medspas)



NOTES DU DIRECTEUR GÉNÉRAL

Qu'est-ce qui distingue aujourd'hui les grandes marques de beauté et de bien-être ? Leur secret n'est pas seulement le talent ou le dévouement - c'est l'accès aux données. En disposant d'informations pertinentes, les chefs d'entreprise et les gestionnaires acquièrent un avantage considérable. Ils peuvent mettre en évidence ce qui fonctionne, identifier les points à améliorer et concentrer leurs efforts là où ils auront le plus d'impact.

Cependant, les chiffres bruts n'expliquent qu'une partie de la situation. Pour découvrir leur véritable valeur, vous avez besoin d'un contexte - de points de référence à l'échelle du secteur auxquels vous pouvez vous comparer. C'est là que Zenoti intervient. Avec plus de 14 ans d'expertise et une base de données couvrant plus de 30 000 entreprises, Zenoti est devenue la référence pour comprendre les tendances du secteur. Ce rapport, qui en est à sa quatrième édition, offre clarté et conseils aux entreprises de toutes tailles.

Plongez dans les données, voyez comment votre entreprise se situe et découvrez les stratégies qui vous permettront de réussir.

Comme toujours, nous vous invitons à nous faire part de vos réflexions, de vos questions et de vos commentaires, car votre contribution aide à façonner l'avenir de ce secteur dynamique.

Sudheer Koneru
Zenoti PDG et cofondateur



PRINCIPALES CONCLUSIONS ET TENDANCES



Le secteur a connu une croissance positive globale des revenus de 2 %.

Les entreprises qui se concentrent sur la vente d'abonnements ont enregistré une croissance de leur chiffre d'affaires de 5 %. Les marques qui ont ouvert de nouveaux établissements ont également augmenté leur chiffre d'affaires de 5 %, les spas médicaux et les salons de coiffure arrivant en tête.



Les pressions tarifaires ont eu un impact significatif sur les spas médicaux, les obligeant à trouver un équilibre entre la rentabilité et l'accessibilité financière.

Même les acteurs les plus performants ont vu leur ticket moyen baisser de 9 %.



La fidélisation des clients est tout aussi importante que l'acquisition de nouveaux clients.

42 % des visiteurs qui viennent plus d'une fois par an contribuent à 80 % des ventes. En revanche, 58 % des clients qui ne font qu'une visite ne contribuent qu'à hauteur de 20 %.



Les entreprises ayant un taux élevé de réservations en ligne ont un taux d'utilisation du personnel plus élevé.

Cette corrélation souligne l'importance d'améliorer les points de contact numériques pour les clients.



Les ventes de cartes cadeaux ont augmenté de 20 % dans l'ensemble du secteur. Les salons ont ouvert la voie avec une croissance impressionnante des ventes de 93 %, suivis par les spas médicaux (23 %).

Avec 24 % des cartes cadeaux sont utilisées par de nouveaux clients, ce mode de paiement est aussi un outil d'acquisition de nouveaux clients.

RÉCAPITULATIF 2024 : LES MOTEURS DE LA CROISSANCE








Savoir quels sont les canaux de revenus qui ont généré la plus forte croissance permet de connaître les tendances à exploiter. Les données de la page 06 récapitulent les performances de chaque type d'entreprise en 2024, en mettant en évidence le canal de revenus qui a généré la plus forte croissance.

QUELS SONT LES TYPES
D'ENTREPRISES QUI ONT
AJOUTÉ LE PLUS DE SITES ?

Le nombre de spas médicaux a augmenté de 15 %.
Les centres d'épilation à la cire ont augmenté leur nombre de sites de 8 % et les salons de manucure ont accru leur présence de 7 %.



Croissance du chiffre d'affaires par catégorie en 2024

	Croissance à nombre de sites égal	Si l'on inclut les nouveaux sites ouverts en 2024	Croissance du nombre de sites
Salons 	3 % ↑ Domaine de croissance : Abonnements	3 % ↑	4 %
Ongleries 	3 % ↑ Domaine de croissance : Services	7 % ↑	7 %
Barbiers 	1 % ↓ Domaine de croissance : Abonnements	2 % ↓	1 %
Centres d'épilation 	1 % ↑ Domaine de croissance : Abonnements	5 % ↑	8 %
Spas avec abonnement 	5 % ↑ Domaine de croissance : Abonnements	7 % ↑	6 %
Spas sans abonnement 	2 % ↑ Domaine de croissance : Cartes cadeaux	3 % ↑	4 %
Spas médicaux 	1 % ↑ Domaine de croissance : Abonnements	10 % ↑	15 %

EN BREF



Le montant moyen des tickets a augmenté de 15 % pour les spas avec ou sans abonnement.



Les salons, spas médicaux et les entreprises d'épilation à la cire ont enregistré une hausse de 24 % des ventes de leurs abonnements.



Les données relatives à la fréquentation montrent que le nombre de visiteurs a baissé de 1 % dans l'ensemble, et que le nombre de nouveaux visiteurs a chuté de 9 %. Bonne nouvelle : les visites des clients existants ont augmenté de 1 %.

DONNÉES DE RÉFÉRENCE POUR 2025

Les mesures de référence présentées dans ce rapport renvoient à l'indicateur de performance clé le plus important : le chiffre d'affaires annuel par site.

En nous basant sur les résultats de cette mesure, nous identifions trois niveaux de performance de référence :

Acteurs les plus performants

Les 10 % de revenus les plus élevés pour chaque catégorie d'entreprise

Acteurs très performants

Les 25 % les plus élevés

Acteurs dans la moyenne

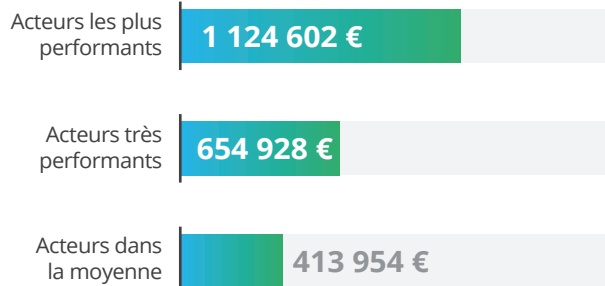
Revenus de l'entreprise médiane (50e percentile)

Ces trois désignations sont mentionnées tout au long du rapport, ce qui permet de vérifier rapidement les performances des entreprises à chacun de ces niveaux de revenus par rapport à d'autres indicateurs clés de performance tactiques.

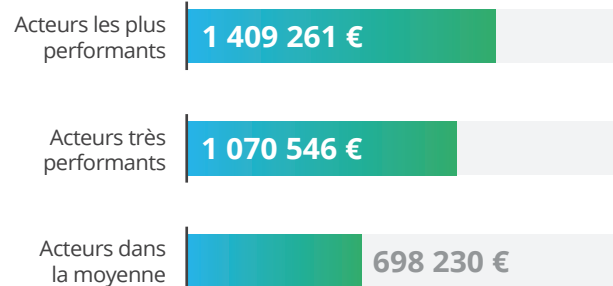


Chiffre d'affaires par site en 2024

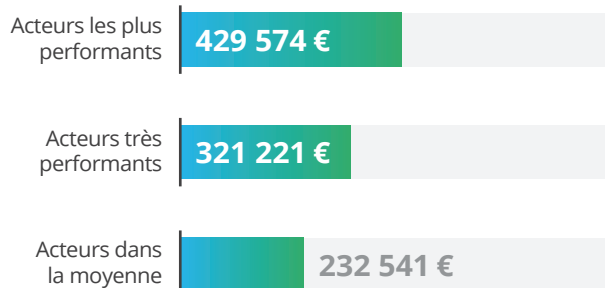
Salons



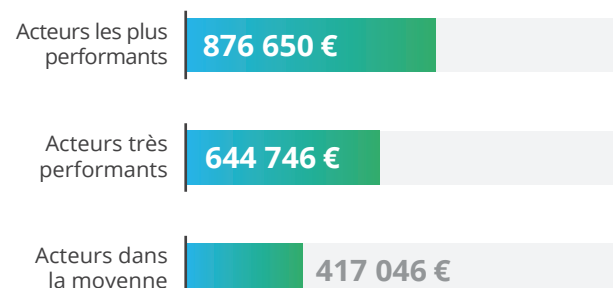
Ongleries



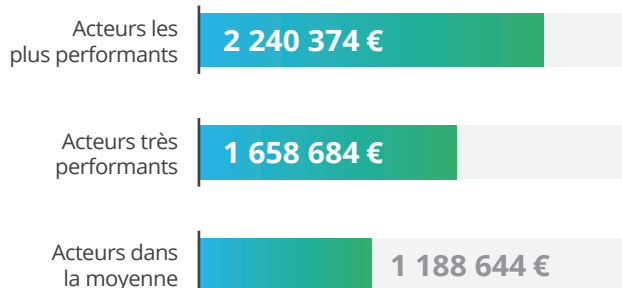
Barbiers



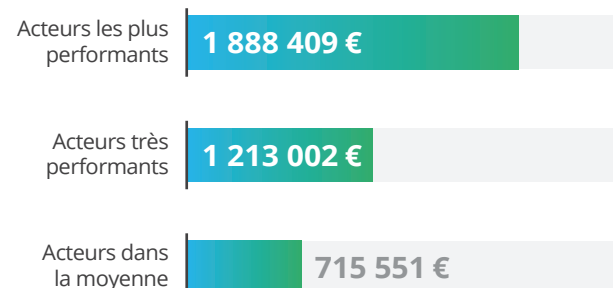
Centres d'épilation



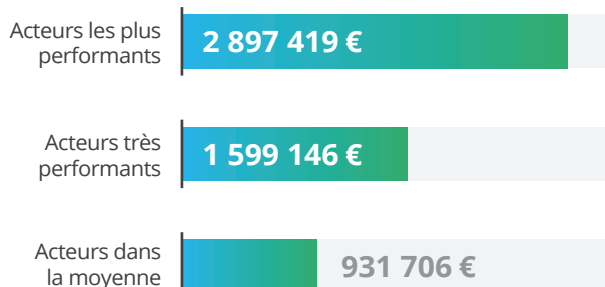
Spas avec abonnement



Spas sans abonnement



Spas médicaux



TENDANCE 2025 : LES ABONNEMENTS ALIMENTENT LA CROISSANCE DES ENTREPRISES

En aidant les entreprises de beauté et de bien-être à créer des revenus récurrents fiables, les abonnements se sont révélés être le principal domaine de croissance pour ces catégories : salons de coiffure, centres d'épilation à la cire, spas avec l'abonnement et spas médicaux. Les données montrent que les salons de coiffure, les centres d'épilation à la cire et les centres de soins médicaux ont enregistré une hausse moyenne de 24 % des ventes de leurs abonnements en 2024.

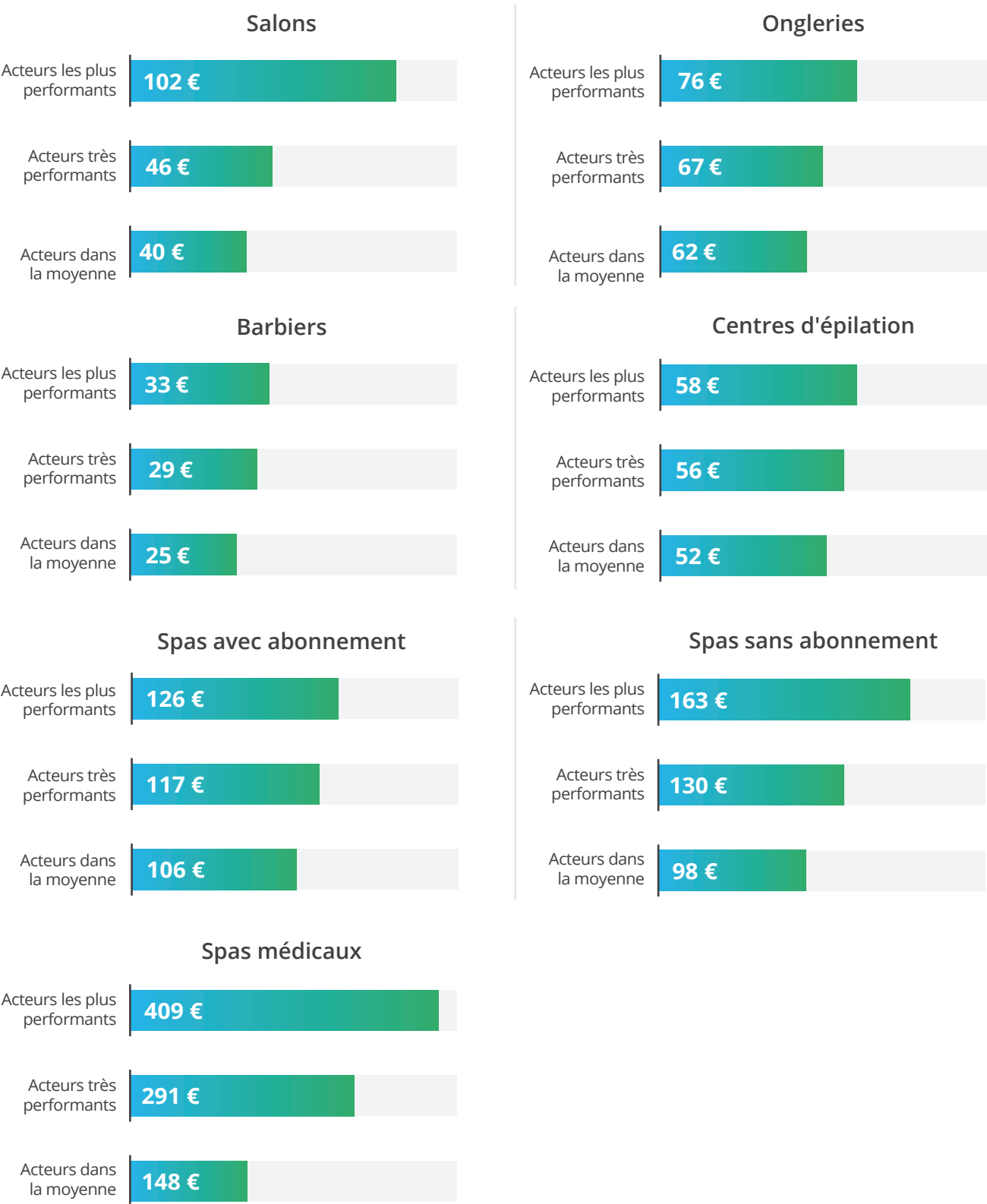
Les abonnements favorisent la fidélisation des clients et les incitent à revenir régulièrement. Cette cohérence permet d'atténuer les fluctuations des réservations, d'assurer un flux de travail plus régulier et de générer des revenus supplémentaires grâce aux visites récurrentes.

En outre, les abonnements permettent d'établir des relations à long terme avec les clients, en transformant les visites ponctuelles en engagements permanents, ce qui contribue à soutenir la croissance dans un secteur concurrentiel.



Montant moyen du billet / dépenses des clients par visite

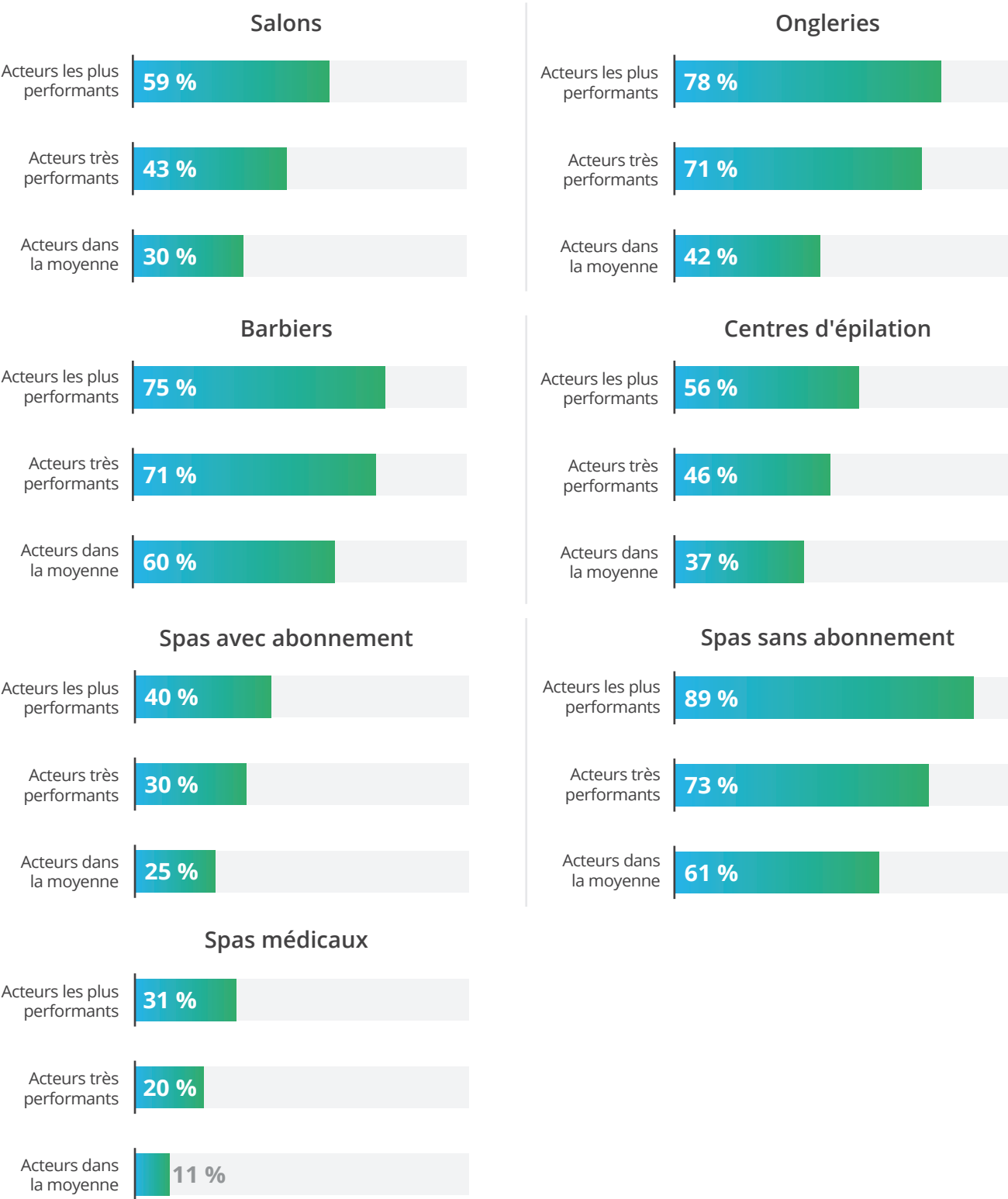
Pour les spas médicaux, la baisse du ticket moyen de 450 € en 2023 à 409 € pour les plus hauts revenus reflète les pressions sur les prix pour cette catégorie d'entreprise. D'autre part, les spas avec abonnement les plus performants ont bénéficié d'une augmentation de 23 % de leur ticket moyen, qui est passé de 103 € en 2023 à 126 € en 2024.



Taux de réservation en ligne

Pourcentage de rendez-vous pris par le client en ligne,
via l'application mobile ou à un kiosque en personne

Les données montrent une forte préférence des clients pour les outils numériques : 97 % des clients des spas médicaux et 80 % des clients des salons de coiffure et des spas souhaitent une prise de rendez-vous mobile, selon nos enquêtes 2024 sur les consommateurs de produits de beauté et de bien-être.

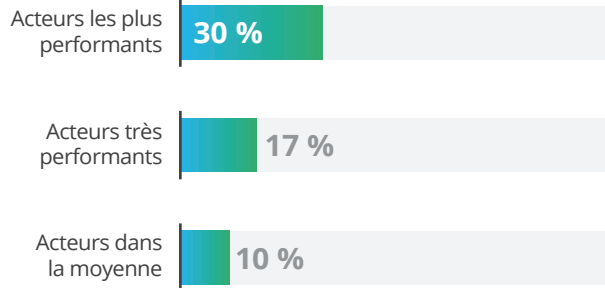


Taux de renouvellement de réservation

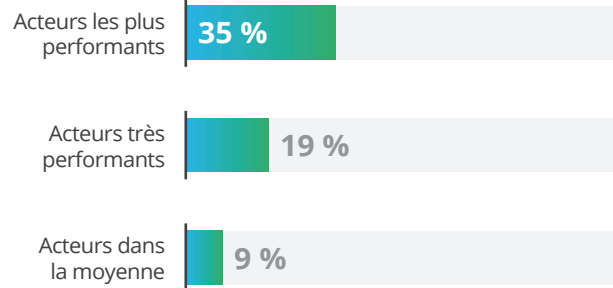
Pourcentage de rendez-vous pris dans les 24 heures suivant la dernière visite

Le moyen le plus simple de garder votre carnet de rendez-vous bien rempli est d'encourager vos clients à prendre un nouveau rendez-vous immédiatement. Il est utile de planifier à l'avance, alors qu'ils sont encore en train d'apprécier les résultats de leur service et qu'ils ont hâte de recommencer.

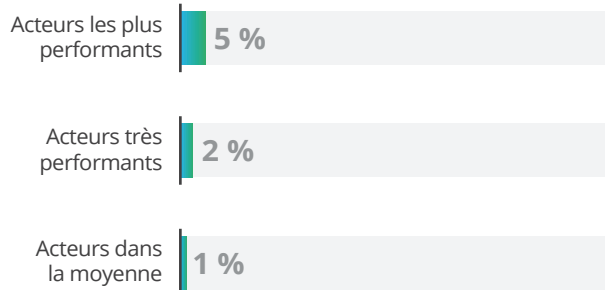
Salons



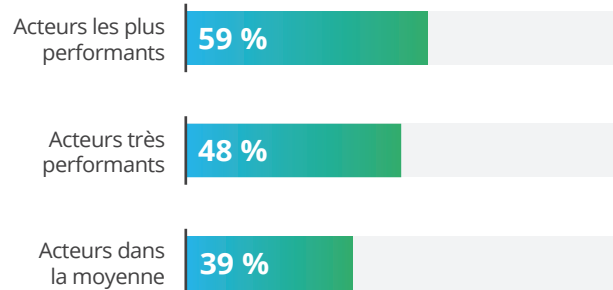
Ongleries



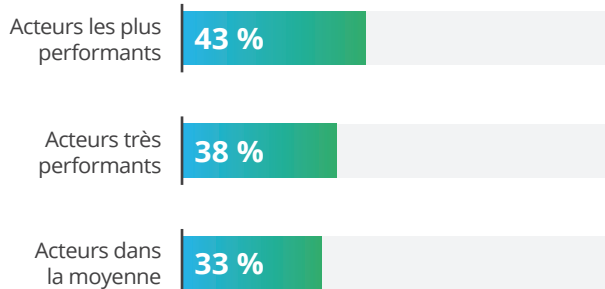
Barbiers



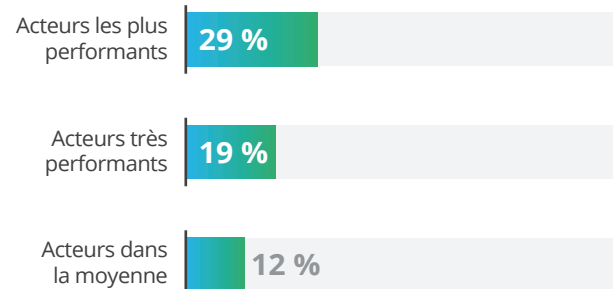
Centres d'épilation



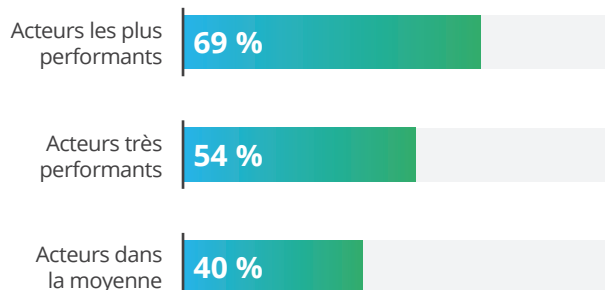
Spas avec abonnement



Spas sans abonnement



Spas médicaux



TENDANCE 2025 : LA FIDÉLITÉ DES CLIENTS EST ESSENTIELLE POUR STIMULER LES VENTES

Les données montrent le rôle essentiel que jouent les clients récurrents dans le succès des entreprises de beauté et de bien-être. Avec 42 % de clients fidèles qui génèrent 80 % des ventes, il est clair que la fidélisation de la clientèle peut offrir une meilleure rentabilité. En revanche, les visites ponctuelles de 58 % des clients ne représentent que 20 % du chiffre d'affaires.

Les visites répétées représentant une part importante des ventes, la fidélisation des clients doit être une priorité absolue.

Les abonnements figurent en tête de notre liste de stratégies de fidélisation de la clientèle, car elles constituent le secteur de croissance le plus important pour les salons de coiffure, les centres d'épilation à la cire, les spas avec abonnement et les spas médicaux en 2024.

LES 4 MEILLEURES STRATÉGIES DE FIDÉLISATION DE LA CLIENTÈLE POUR LES ENTREPRISES DU SECTEUR DE LA BEAUTÉ ET DU BIEN-ÊTRE



Proposer des programmes d'abonnement

Ils augmentent de 10 % le nombre de clients qui viennent 5 fois ou plus par an.



Ajouter des points de contact numériques

Lorsque les entreprises ajoutent une application mobile pour les clients, le nombre de clients qui viennent 5 fois ou plus par an augmente de 12 %.



Adapter chaque aspect de l'expérience du client

L'hyperpersonnalisation augmente les taux de fidélisation de 30 %.










Présenter des récompenses de fidélité

Les programmes qui encouragent les visites répétées augmentent de 9 % le nombre de visiteurs qui reviennent 5 fois ou plus par an.



Annulations et absences non justifiées

Lorsque les clients prennent rendez-vous et annulent trop tard pour remplir le créneau ou ne se présentent pas du tout, l'impact sur le chiffre d'affaires est réel.

	Salons 8 % Taux d'annulation 3 % Taux de non-présentation		Ongleries 16 % Taux d'annulation 1 % Taux de non-présentation
	Barbiers 2 % Taux d'annulation 4 % Taux de non-présentation		Centres d'épilation 14 % Taux d'annulation 3 % Taux de non-présentation
	Spas avec abonnement 14 % Taux d'annulation 1 % Taux de non-présentation		Spas sans abonnement 11 % Taux d'annulation 1 % Taux de non-présentation
	Spas médicaux 16 % Taux d'annulation 5 % Taux de non-présentation		

CONSEILS POUR ÉVITER LES ABSENCES NON JUSTIFIÉES ET LES ANNULATIONS



Envoyez des rappels automatisés

Utilisez des outils de planification pour rappeler aux clients leurs rendez-vous et leur permettre de les reporter facilement.



Établir des règles claires

Communiquer les conditions d'annulation et envisager des frais de non-présentation pour encourager la responsabilisation.



Exiger des réservations prépayées

Des acomptes partiels ou complets perçus à l'avance engagent les clients à respecter leurs rendez-vous.



Utiliser des systèmes de réservation en ligne

Permettre aux clients de gérer eux-mêmes leurs rendez-vous sans effort.



Tenir une liste d'attente automatisée

Remplir les ouvertures soudaines pour réduire les pertes de revenus, sans que le personnel perde de temps à gérer manuellement la liste.

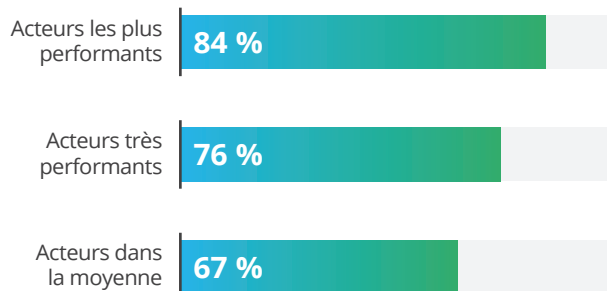
La vie est ainsi faite ! Les annulations et les absences non justifiées ne peuvent pas être évitées, mais la rationalisation des processus, la proactivité et la responsabilisation peuvent minimiser leur impact sur votre carnet de rendez-vous et sur vos résultats.

Utilisation du personnel

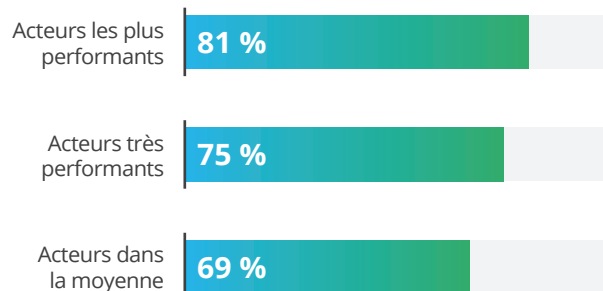
Pourcentage du temps disponible pendant lequel les services sont fournis

Signe d'un carnet de rendez-vous bien rempli, un taux d'utilisation élevé signifie que vos prestataires de services sont occupés, qu'un plus grand nombre de clients sont servis et qu'il y a moins de créneaux non remplis dans votre emploi du temps.

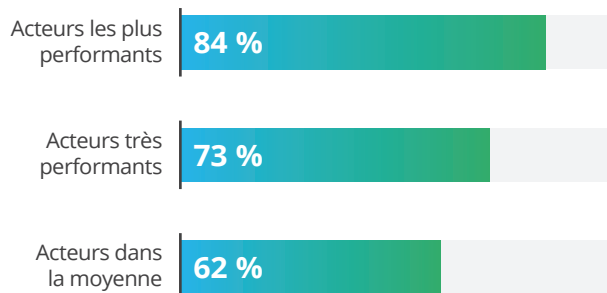
Salons



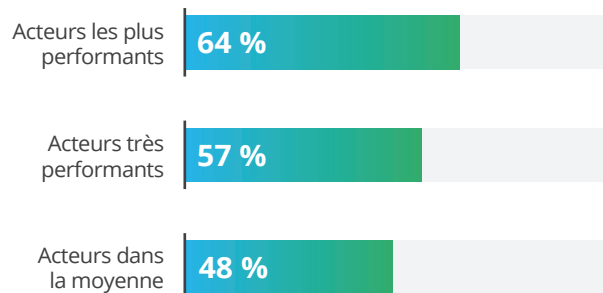
Ongleries



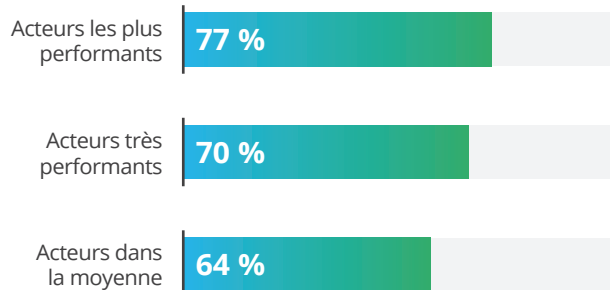
Barbiers



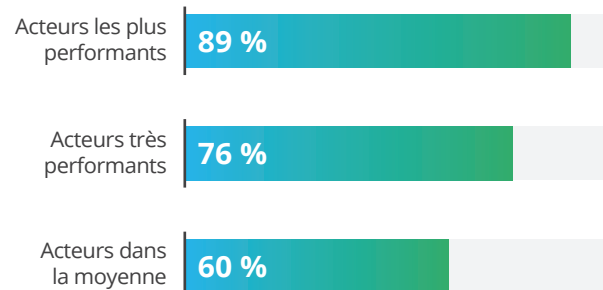
Centres d'épilation



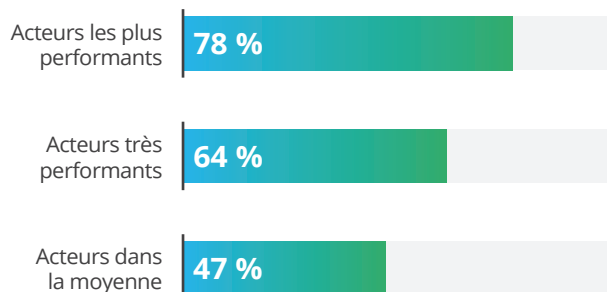
Spas avec abonnement

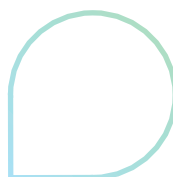


Spas sans abonnement



Spas médicaux





TENDANCE 2025 : LES SALONS DE COIFFURE ENREGISTRENT UNE FORTE HAUSSE DES VENTES DE CARTES CADEAUX

Les ventes de cartes cadeaux ont progressé d'une année sur l'autre dans l'ensemble du secteur, les salons de coiffure et les spas médicaux étant ceux qui en ont le plus profité.

Les salons ont presque doublé leurs ventes de cartes cadeaux (+ 93 %) et les spas médicaux ont augmenté leurs ventes de cartes cadeaux de 23 %. La croissance des ventes de cartes cadeaux a atteint 23 % pour tous les types d'entreprises, contre 16 % l'année dernière.

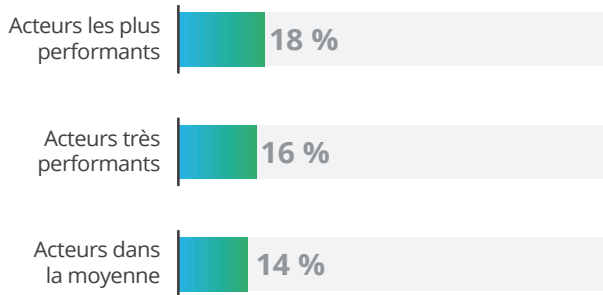
Les spas sans abonnement ont connu la plus forte croissance de ventes de cartes cadeaux en ligne (81 %). Cela s'élevait à 54 % pour les spas médicaux et 39 % pour les centres d'épilation à la cire.

Taux de pourboires

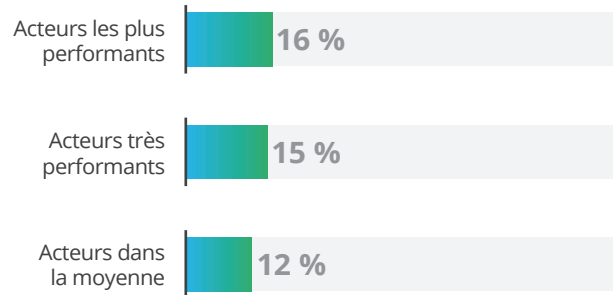
Pourcentage du montant de la transaction destiné aux pourboires

Un pourboire généreux est souvent le signe d'un service exceptionnel et d'un niveau élevé de satisfaction de la clientèle. Le faible taux de pourboires dans les spas médicaux est conforme aux normes de dotation en personnel dans ces entreprises : Les traitements sont souvent effectués par des professionnels médicaux salariés qui ne travaillent pas pour des pourboires.

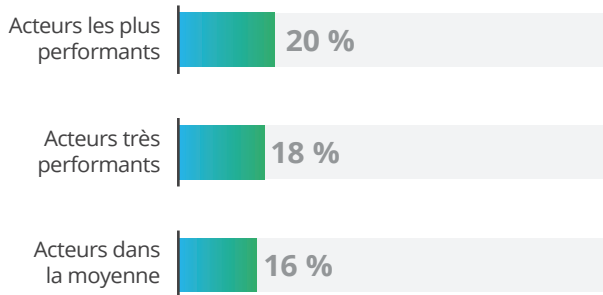
Salons



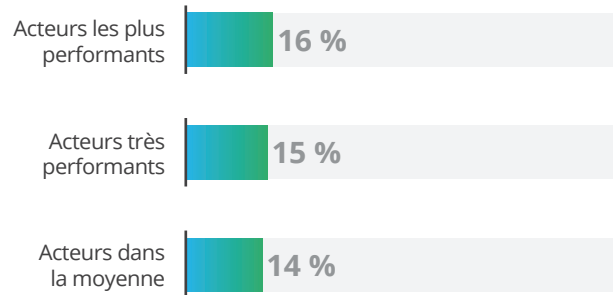
Ongleries



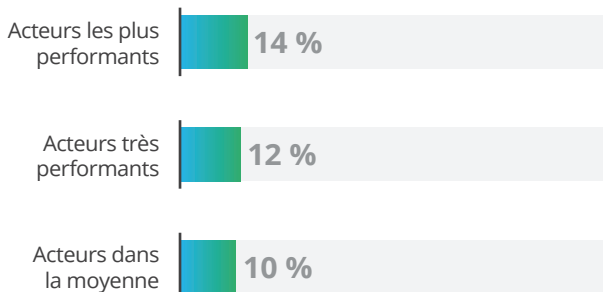
Barbiers



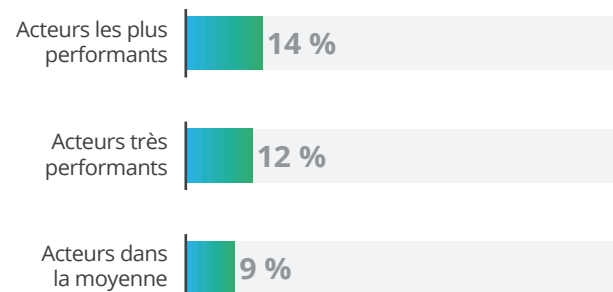
Centres d'épilation



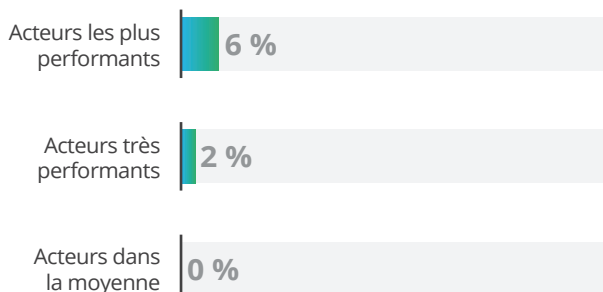
Spas avec abonnement



Spas sans abonnement



Spas médicaux



RÉCAPITULATIF

Les trois principaux moteurs de croissance des entreprises de services de beauté et de bien-être sont les modèles de revenus basés sur les abonnements, la forte fidélisation de la clientèle et l'ouverture de nouveaux sites.

Les abonnements sont un domaine de croissance clé pour cinq types d'entreprises sur sept, car elles offrent des revenus prévisibles et récurrents. En parallèle, la priorité donnée aux stratégies de fidélisation, telles que l'augmentation des taux de réinscription et l'offre de programmes de fidélisation, peut transformer les clients occasionnels en clients sur le long terme, ce qui favorise une croissance durable.

Un taux élevé d'utilisation des réservations en ligne est un autre facteur essentiel, qui permet d'améliorer l'efficacité opérationnelle et de maximiser les revenus par heure travaillée. En outre, les ongleries, les salons de coiffure et les spas sans abonnement les plus rentables enregistrent la majorité des rendez-vous en ligne, ce qui montre l'impact des systèmes intégrés à la pointe de la technologie.

Quelques recommandations clés :

L'augmentation des ventes de cartes cadeaux permet non seulement d'obtenir des liquidités immédiates, mais aussi d'attirer de nouveaux clients. Assurez-vous d'une utilisation sans accroc pour convertir ces bénéficiaires en clients fidèles.

D'autre part, **pour remédier à la baisse de 9 % du nombre de nouveaux clients, il est nécessaire de mener une action de sensibilisation proactive**. Des campagnes de marketing ciblées, des offres promotionnelles sociales et des fonctionnalités permettant d'augmenter le chiffre d'affaires, telles que les suivis automatisés et la récupération des paniers en attente, peuvent contribuer à attirer de nouveaux clients et des clients existants.

Pour **tirer profit de la croissance des abonnements**, utilisez des programmes d'abonnements, de parrainage et de cartes cadeaux digitaux mobiles afin d'aider les meilleurs ambassadeurs de votre marque à répandre l'amour.

Enfin, continuez à suivre les références du secteur pour voir où vous vous situez et identifier les points à améliorer. Vous prendrez de meilleures décisions, vous vous fixerez des objectifs plus clairs et vous resterez au fait des tendances les plus importantes.





À PROPOS DE ZENOTI

En tant que principale solution logicielle basée sur le cloud pour les secteurs de la beauté, du bien-être et de la remise en forme, Zenoti offre une plateforme tout-en-un AI First conçue pour assurer la croissance de l'activité de ses clients. Avec plus de **30 000 entreprises dans le monde** qui lui font confiance, Zenoti se consacre à la réussite de ses clients. Zenoti est également à l'origine de l'événement phare du secteur, **Innergize**, qui a accueilli près de 1 000 chefs d'entreprise et d'acteurs innovants en 2024. Pour plus d'informations, voir **zenoti.com**.

