

RESSOURCE GRATUITE · BRANDING & ESTÉTICA

CHECKLIST DE MARQUE POUR CLINIQUES ESTHÉTIQUES

25 questions pour regarder votre clinique comme une patiente la regarde avant de prendre rendez-vous. Cochez ce qui est déjà en place. Ce qui reste vide vous montre par où commencer.

Mode d'emploi : répondez franchement, idéalement avec la personne qui gère les demandes. Comptez vos coches à la fin de chaque bloc.

1. POSITIONNEMENT

- ☐ Je peux expliquer en une phrase à qui s'adresse la clinique et ce qu'elle fait de mieux.
- ☐ Je sais quels sont les trois soins qui portent l'essentiel de l'agenda et du chiffre d'affaires.
- ☐ Je sais pourquoi une patiente choisirait la clinique plutôt que la concurrente la plus proche, sans parler de prix.
- ☐ Nos tarifs correspondent à l'expérience que la clinique offre.
- ☐ L'équipe décrit la clinique de la même façon que moi.

COCHES DANS CE BLOC : ___ SUR 5

2. IDENTITÉ ET EXPÉRIENCE

- ☐ Logo, couleurs et typographie sont les mêmes sur Instagram, le site, la façade et les supports imprimés.
- ☐ L'accueil, les tenues et le lieu donnent la même impression que les réseaux sociaux.
- ☐ Il existe un ton défini : comment la clinique parle et comment elle ne parle pas.
- ☐ Les photos de la clinique et de l'équipe sont les nôtres, récentes et de bonne qualité.
- ☐ Une nouvelle patiente reconnaîtrait la clinique à son style, même sans voir le nom.

COCHES DANS CE BLOC : ___ SUR 5

3. INSTAGRAM ET CONTENU

- ☐ La bio indique à qui s'adresse la clinique, où elle se trouve et comment prendre rendez-vous.
- ☐ Il existe un planning mensuel avec des sujets définis avant le tournage.
- ☐ Le contenu explique les indications, les soins après traitement et notre méthode, pas seulement des résultats.
- ☐ Les avant/après et les témoignages n'apparaissent qu'avec un accord écrit et dans le respect des règles.
- ☐ Je sais quelles publications ont amené des conversations le mois dernier, pas seulement des likes.

COCHES DANS CE BLOC : ___ SUR 5

4. GOOGLE ET SITE

- ☐ La fiche d'établissement Google a un téléphone, des horaires, des services et des photos à jour.
- ☐ La clinique a des avis récents et répond à tous, y compris aux négatifs.
- ☐ En cherchant le nom de la clinique sur Google, on trouve le bon site et la bonne fiche.
- ☐ Le site se charge vite sur mobile et chaque soin a sa propre page.
- ☐ On peut nous contacter facilement depuis n'importe quelle page.

COCHES DANS CE BLOC : ___ SUR 5

5. ACCUEIL ET PRISE DE RENDEZ-VOUS

- ☐ Les demandes reçoivent une réponse le jour même, y compris hors des heures d'ouverture.
- ☐ L'équipe a des réponses types pour les questions fréquentes : prix, indication, contre-indications et disponibilités.
- ☐ Je sais d'où viennent les demandes : Instagram, Google, bouche-à-oreille ou publicité.
- ☐ Je sais combien de demandes deviennent des rendez-vous chaque mois.
- ☐ Les patientes qui n'ont pas pris rendez-vous reçoivent une relance convenue, sans insistance.

COCHES DANS CE BLOC : ___ SUR 5

COMMENT LIRE VOTRE SCORE

De 20 à 25 coches	La base est en place. L'étape suivante : mieux mesurer et choisir où investir pour grandir.
De 12 à 19 coches	La clinique fonctionne, mais des parties de la marque ne se répondent pas. Commencez par le bloc qui a le moins de coches.
11 coches ou moins	Avant d'investir davantage en publicité ou en contenu, clarifiez le positionnement et l'accueil des demandes. C'est souvent là que l'argent se perd.

BESOIN D'AIDE POUR CHOISIR LA PROCHAINE ÉTAPE ?

Le Diagnostic de marque de Branding & Estética analyse ces cinq blocs pour votre clinique et se termine par un document listant vos priorités. Il peut être commandé seul.

brandingestetica.com/fr/diagnostic-de-marque