

Modul H – Vente, marketing et communication

Brevet de maîtrise

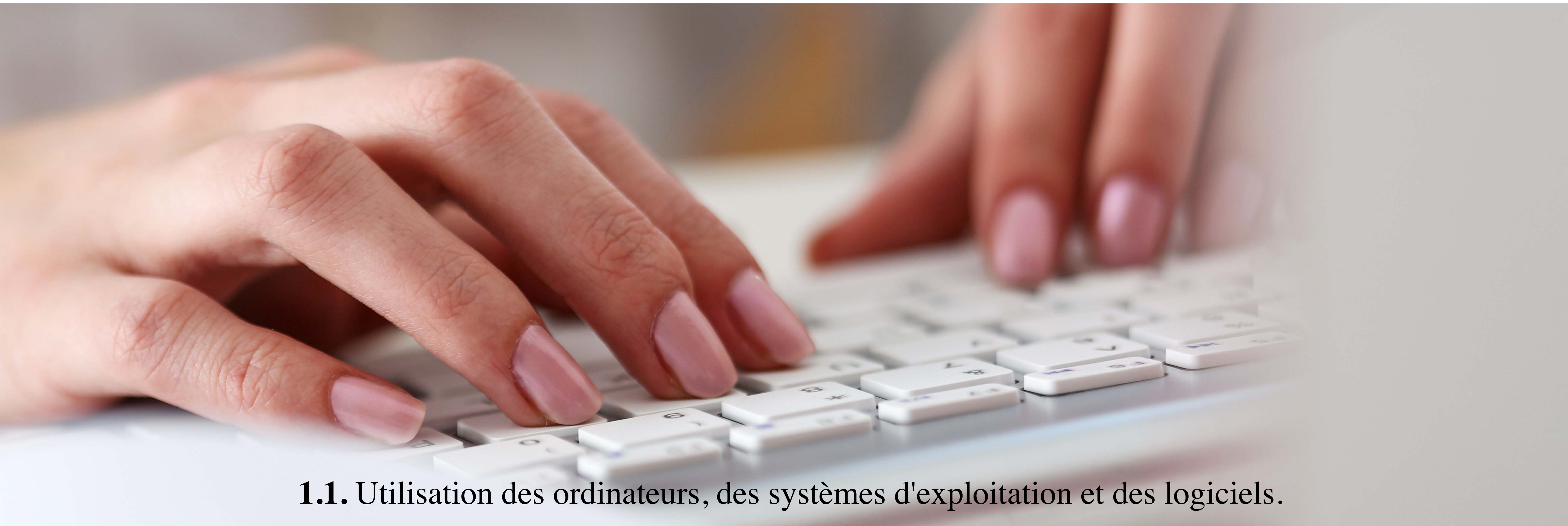
Cours de préparation à l'examen de maîtrise

Artisanat de beauté

SCHMIT ROMAIN

1. Principes de base	
1.1. Utilisation des ordinateurs, des systèmes d'exploitation et des logiciels. 1.2. Traitement de texte, feuilles de calcul, présentations.	
2. Médias sociaux :	
2.1 navigation, e-mails, recherche en ligne. 2.2 création et maintenance de profils, gestion des campagnes..	
	3. Marketing:
	3.1 Conception graphique : création de logo, de cartes de visite et de graphiques de médias sociaux. 3.2 Webdesign: création de votre propre site web.
	4. Systèmes de réservation en ligne:
	4.1. introduction aux outils courants
	5.Gestion de la caisse
	5.1. introduction aux outils courants
	6. Analyse des données:
	6.1 Évaluation des données clients pour optimiser les services et les produits.
7. Sécurité:	
7.1. Protection des données et sécurité : traitement des données des clients, protection contre les cyberattaques.	
8. K.i. A.I.	
8.1 Quel AI existe? 8.2 AI dans la coiffure	

1.Principes de base



1.1. Utilisation des ordinateurs, des systèmes d'exploitation et des logiciels.

1.2. Applications Office : traitement de texte, feuilles de calcul, présentations.

1.1. Utilisation des ordinateurs, des systèmes d'exploitation et des logiciels.

1.Grundlagen

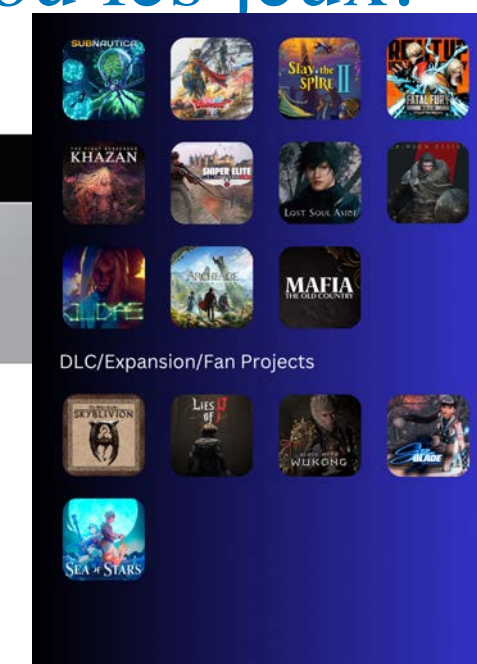
- **Ordinateur:** Un ordinateur est un appareil électronique qui traite des données et fournit des informations. Il se compose de matériel (composants physiques tels que processeur, mémoire, disque dur) et de logiciels (programmes qui contrôlent le matériel).



- **Système d'exploitation:** Le système d'exploitation est le logiciel de base d'un ordinateur. Il gère le matériel et fournit une interface entre l'utilisateur et le matériel. Des exemples bien connus sont Windows, macOS et Linux.

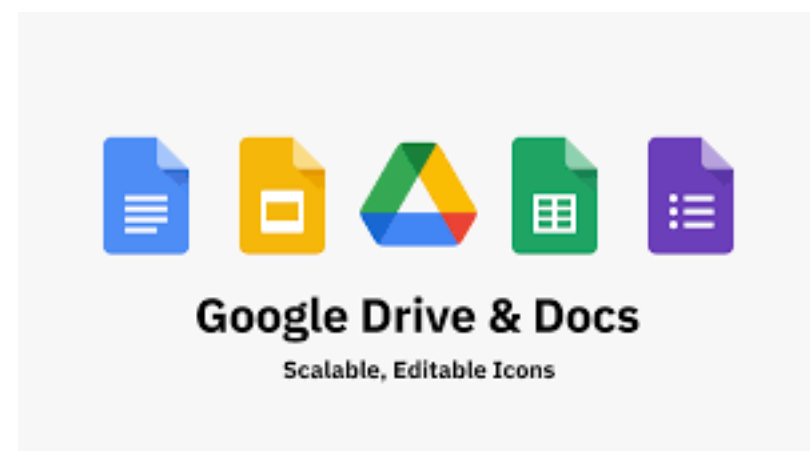


- **Logiciel:** Les logiciels sont tous les programmes qui peuvent être exécutés sur un ordinateur. Ils servent à effectuer certaines tâches, telles que le traitement de texte, la feuille de calcul, l'édition d'images ou les jeux.



1.Principes de base

1.2. Applications Office : traitement de texte, feuilles de calcul, présentations.



•Applications Office : traitement de texte, tableaux de calcul, présentations.

•Logiciels connus:

- Microsoft Word, Excell, Powerpoint,
- LibreOffice Writer, Google Docs,
- Pages, Numbers, Keynote,
- Adobe Acrobat Reader, Photoshop, InDesign,
- Illuminator, Pixelmator, usw

• Que peut-on en faire ?

- Écrire des lettres
- Rédiger des rapports
- Créer des essais
- Formater des documents
- Créer, coller des tableaux
- Créer des images et des graphiques
- Créer des présentations

2. Réseaux sociaux

https://stock.adobe.com/de/search/free?k=social+social+media&search_type=recentsearch&asset_id=145700873 metamorworks | stock.adobe.com



2.1 Internet : navigation, e-mails, recherche en ligne.

2.2 Marketing des médias sociaux : création et maintenance de profils, gestion des campagnes.

2. Réseaux sociaux

2.1 Internet : navigation, e-mails, recherche en ligne.

- Surfen Online-Recherche. <https://www.verivox.de/internet/themen/surfen/>

On surfe à l'aide d'un soi-disant navigateur Web. Deux font la différence entre la navigation.

- Visualisation au hasard de différents sites Web
- Recherche d'informations pour trouver un domaine spécifique

- E-Mails <https://www.cloudflare.com/de-de/learning/email-security/what-is-email/>

Le courrier électronique, communément abrégé en « e-mail », est une méthode de communication qui utilise des appareils électroniques pour envoyer des messages sur des réseaux informatiques. Le « courrier électronique » est aujourd'hui l'une des méthodes de communication les plus importantes

- Privé
- Affaires

2. Social

2.2 Marketing des médias sociaux : création et maintenance de profils, gestion des campagnes.

Présentation professionnelle sur des plateformes telles qu'Instagram et Facebook pour attirer et fidéliser les clients.

Objectif clair :

- **Quoi:** Que voulez-vous réaliser ? Plus de portée, un taux de conversion plus élevé, une plus grande notoriété de la marque ?
- **Qui:** Qui est votre groupe cible ? Quels sont leurs intérêts et leurs besoins ?
- **Comment:** Comment atteindre au mieux votre groupe cible ? Quels sont les contenus pertinents ?

2. Social

2.2 Marketing des médias sociaux : création et maintenance de profils, gestion des campagnes.

Identité visuelle:

- **Design cohérent:** Utilisez un design cohérent pour vos contributions afin de créer une valeur de reconnaissance.
- **Images et vidéos de haute qualité:** Investissez dans des enregistrements professionnels qui représentent au mieux vos produits ou services.
- **Storytelling visuel:** Racontez des histoires avec vos photos et vidéos pour susciter des émotions.

Stratégie de contenu:

- **Pertinence:** Assurez-vous que votre contenu est pertinent pour votre public cible et qu'il apporte une valeur ajoutée.
- **Diversité:** Variez votre contenu (images, vidéos, stories, bobines, etc.) pour retenir l'attention de vos abonnés.
- **Interaction:** Invitez vos abonnés à commenter et à partager.
- **Concours et Giveaways:** Motivez vos abonnés à participer et augmentez ainsi le taux d'engagement.

2. Social

2.2 Marketing des médias sociaux : création et maintenance de profils, gestion des campagnes.

Gestion de la communauté :

- **Réactivité:** Répondez aux commentaires et aux messages rapidement et gentiment.
- **Authenticité:** Soyez authentique et entrez dans un véritable dialogue avec votre communauté.
- **Marketing d'influence:** Collaborez avec des influenceurs pour augmenter votre portée.

Analyse et optimisation :

- **KPI's:** Définissez les indicateurs clés pertinents (par exemple, portée, engagement, conversion) et suivez vos succès.
(ine KPI Analyse von KUNDENWACHSTUM.de bietet Dir die Möglichkeit, Deine Website zu überwachen)
- **A/B-Tests:** Testez différents contenus et formats pour découvrir ce qui fonctionne le mieux.
- **Adaptation:** Adaptez en permanence votre stratégie à l'évolution des médias sociaux et au comportement de votre public cible

3. Marketing:Media:

[https://stock.adobe.com/de/search/free?filters\[content_type\]=photo&1&filters\[content_type\]=illustration&1&filters\[content_type\]=vector&1&filters\[free_collection\]=1&filters\[content_type\]=image&1&Marketing&order=relevance&limit=100&search_page=1&search_type=usertyped&acp=&aco=Marketing&get_facets=1&asset_id=311664622](https://stock.adobe.com/de/search/free?filters[content_type]=photo&1&filters[content_type]=illustration&1&filters[content_type]=vector&1&filters[free_collection]=1&filters[content_type]=image&1&Marketing&order=relevance&limit=100&search_page=1&search_type=usertyped&acp=&aco=Marketing&get_facets=1&asset_id=311664622)

metamorworks | stock.adobe.com



- 5.1 Conception graphique : création de logo, de cartes de visite et de graphiques de médias sociaux.
- 5.2 Webdesign: création de votre propre site web.

3. Marketing:

3.1 Conception graphique : création de logo, de cartes de visite et de graphiques de médias sociaux.

Logo:

Choisissez une icône:

- Choisissez un symbole associé au métier de coiffure, par exemple des ciseaux, un cheveu ou un peigne.

Utilisez une police appropriée :

- Choisissez une police élégante et lisible.

Choisissez les bonnes couleurs:

- Choisissez des couleurs qui correspondent à l'artisanat de coiffure, par exemple noir, blanc, marron ou blond.

Gardez-le simple:

- Le logo doit être simple et mémorable.

3. Marketing:

3.1 Conception graphique : création de logo, de cartes de visite et de graphiques de médias sociaux.

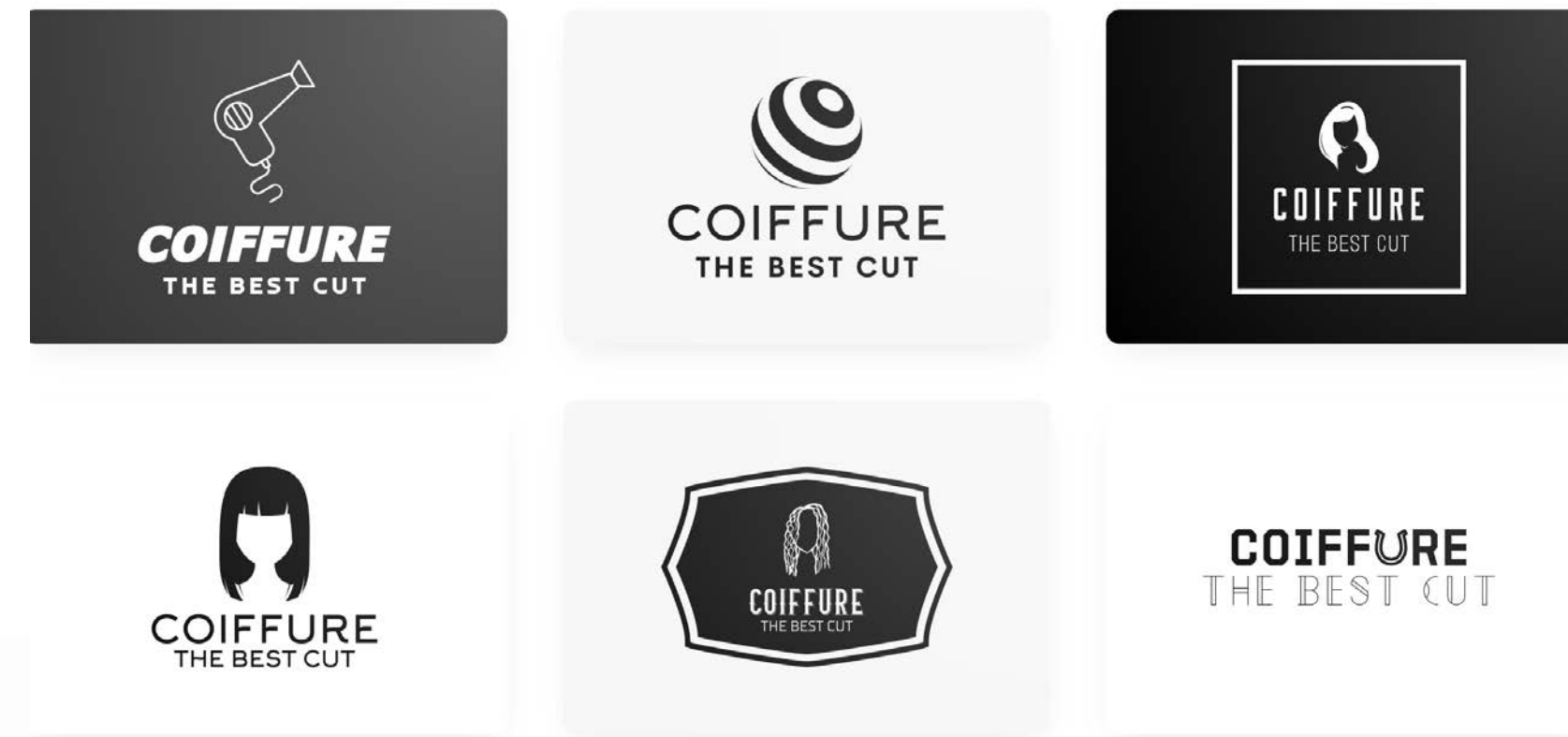
[design.com](#)

[looka.com](#)

[vistaprint.de](#)

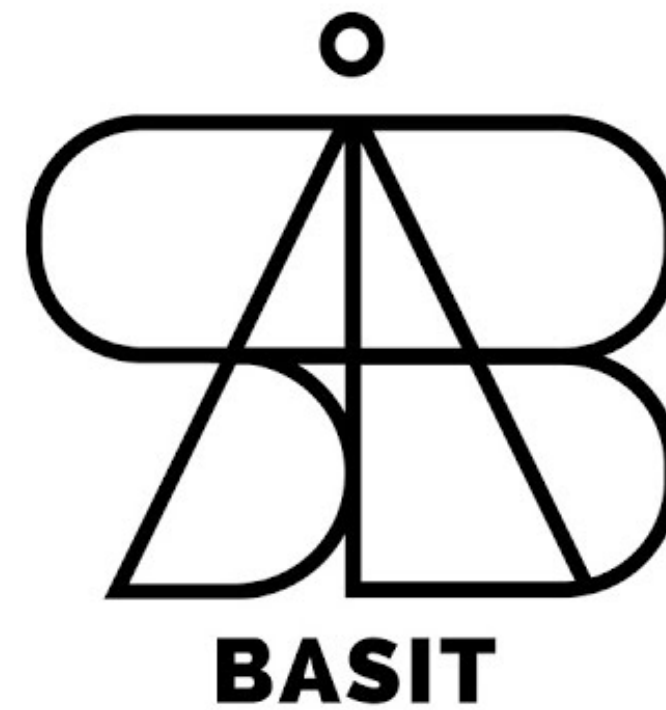
[logo.com](#)

[de.wix.com](#)



3. Marketing:Media:

3.1 Conception graphique : création de logo, de cartes de visite et de graphiques de médias sociaux.



3. Marketing:

3.1 Conception graphique : création de logo, de cartes de visite et de graphiques de médias sociaux.

Cartes de visite:

Utilisez votre logo:

- Votre logo doit être bien en vue sur votre carte de visite.

Indiquez vos coordonnées :

- Votre carte de visite doit contenir votre nom, votre numéro de téléphone, votre adresse e-mail et l'adresse de votre site Web.

Utilisez du papier de haute qualité:

- Vos cartes de visite doivent être imprimées à partir de papier de haute qualité.

Gardez-le professionnel :

- Vos cartes de visite doivent être conçues de manière professionnelle.

Graphiques des médias sociaux:

Utilisez votre logo:

- Votre logo doit également être utilisé sur vos graphiques de médias sociaux.

Utilisez des images de haute qualité:

- Vos graphiques de médias sociaux doivent contenir des images de haute qualité.

Utilisez des textes attrayants :

- Vos graphiques de médias sociaux doivent contenir des textes attrayants.

Utilisez des hashtags:

- Utilisez des hashtags pertinents pour que vos publications puissent être trouvées par d'autres utilisateurs. (Qu'est-ce que cela signifie « hashtag » ?
- Un hashtag est un mot-clé ou une phrase utilisé sur les médias sociaux pour marquer ou catégoriser les messages sur un sujet particulier.)

3. Marketing:

3.2 Webdesign: création de votre propre site web.

Connaissances de base en informatique :

- Utilisation d'un ordinateur, (installation de logiciels), utilisation d'Internet.

Créativité:

- Pour la conception du site Web, la sélection des couleurs, des images et des textes.

Compréhension technique (facultatif) :

- Selon la méthode choisie, des connaissances de base en HTML, CSS ou d'autres langages de programmation peuvent être un avantage.

Création de contenu :

- Capacité à créer du texte, des images et d'autres contenus pertinents pour le site Web.

Optimisation des moteurs de recherche (SEO):

- Connaissance des bases du référencement pour augmenter la visibilité du site Web dans les moteurs de recherche. (toutes les mesures de nature technique et de contenu comprises pour améliorer les classements d'un site Web et donc sa visibilité dans les listes de résultats des moteurs de recherche)

3.3 Webdesign:Site Web et hébergement .

3. Marketing:

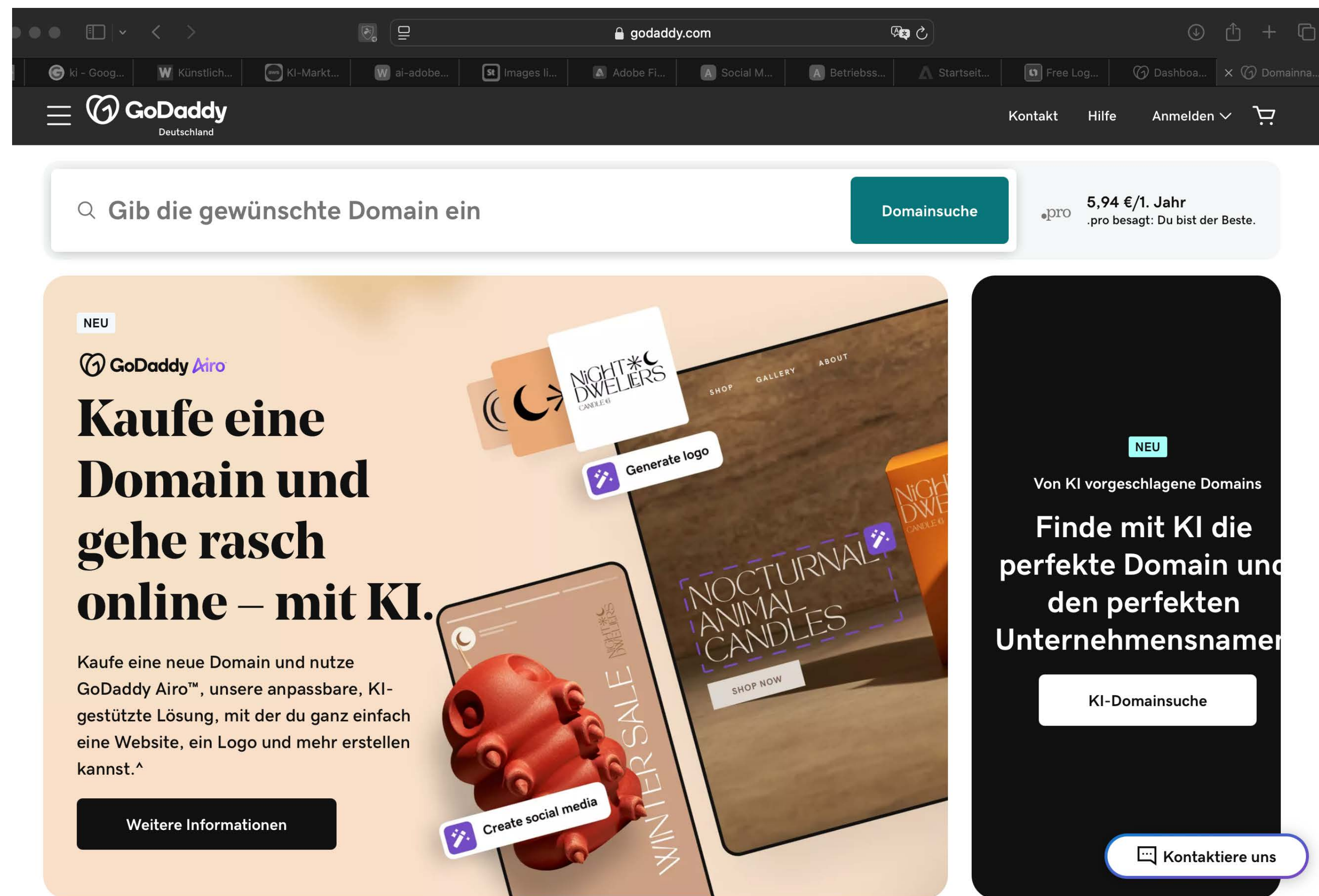
- 1.**Définir l'objectif:** Que doit atteindre le site Web?
- 2.**Enregistrer un domaine:** Achetez un nom de domaine adapté.
- 3.**Choisir un hébergement web:** Choisissez un fournisseur d'hébergement approprié.
- 4.**Créer un design:** Concevez la mise en page et l'apparence de votre site Web.
- 5.**Créer du contenu:** Rédigez des textes, sélectionnez des images et des vidéos.
- 6.**Mise en œuvre technique:** Construisez le site Web à l'aide de la méthode choisie.
- 7.**Mettre en ligne:** Publiez le site Web sur Internet.
- 8.**Optimisation des moteurs de recherche:** Optimisez le site pour les moteurs de recherche.
- 9.**Entretien:** Mettre régulièrement à jour le contenu et les logiciels.

(Création de démo d'un site Web Godaddy) <https://www.godaddy.com/de>

3.3 Webdesign: Site Web et hébergement .

3. Marketing:

(Création de démo d'un site Web Godaddy) <https://www.godaddy.com/de>



4. Systèmes de réservation en ligne:

[https://stock.adobe.com/de/search/free?filters\[content_type:photo\]=1&filters\[content_type:illustration\]=1&filters\[content_type:zip_vector\]=1&filters\[free_collection\]=1&filters\[content_type:image\]=1&k=online+terme&order=relevance&limit=100&search_page=1&search_type=autosuggest&acp=1&aco=Online+ter&get_facets=1&asset_id=734672487](https://stock.adobe.com/de/search/free?filters[content_type:photo]=1&filters[content_type:illustration]=1&filters[content_type:zip_vector]=1&filters[free_collection]=1&filters[content_type:image]=1&k=online+terme&order=relevance&limit=100&search_page=1&search_type=autosuggest&acp=1&aco=Online+ter&get_facets=1&asset_id=734672487)

metamorworks | stock.adobe.com



4.1. Introduction aux outils courants

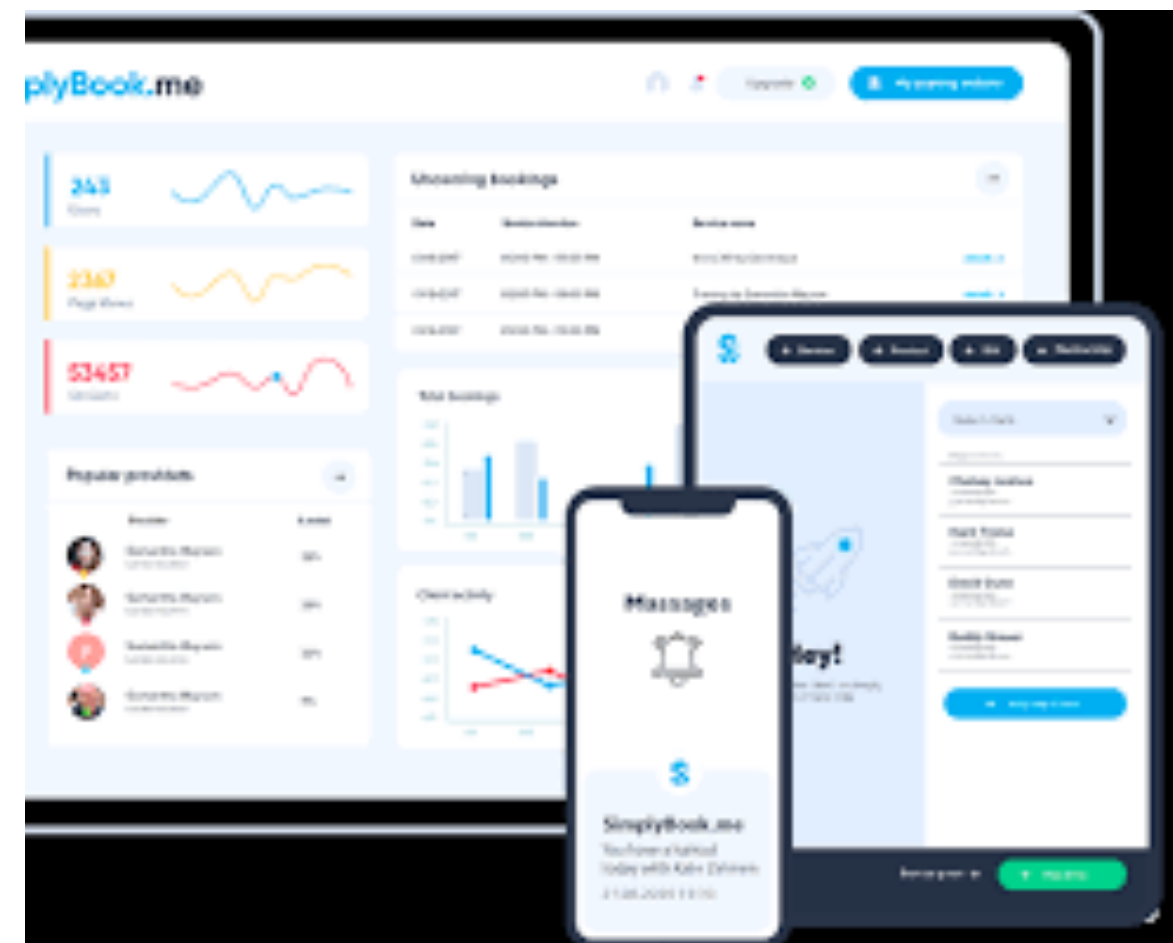
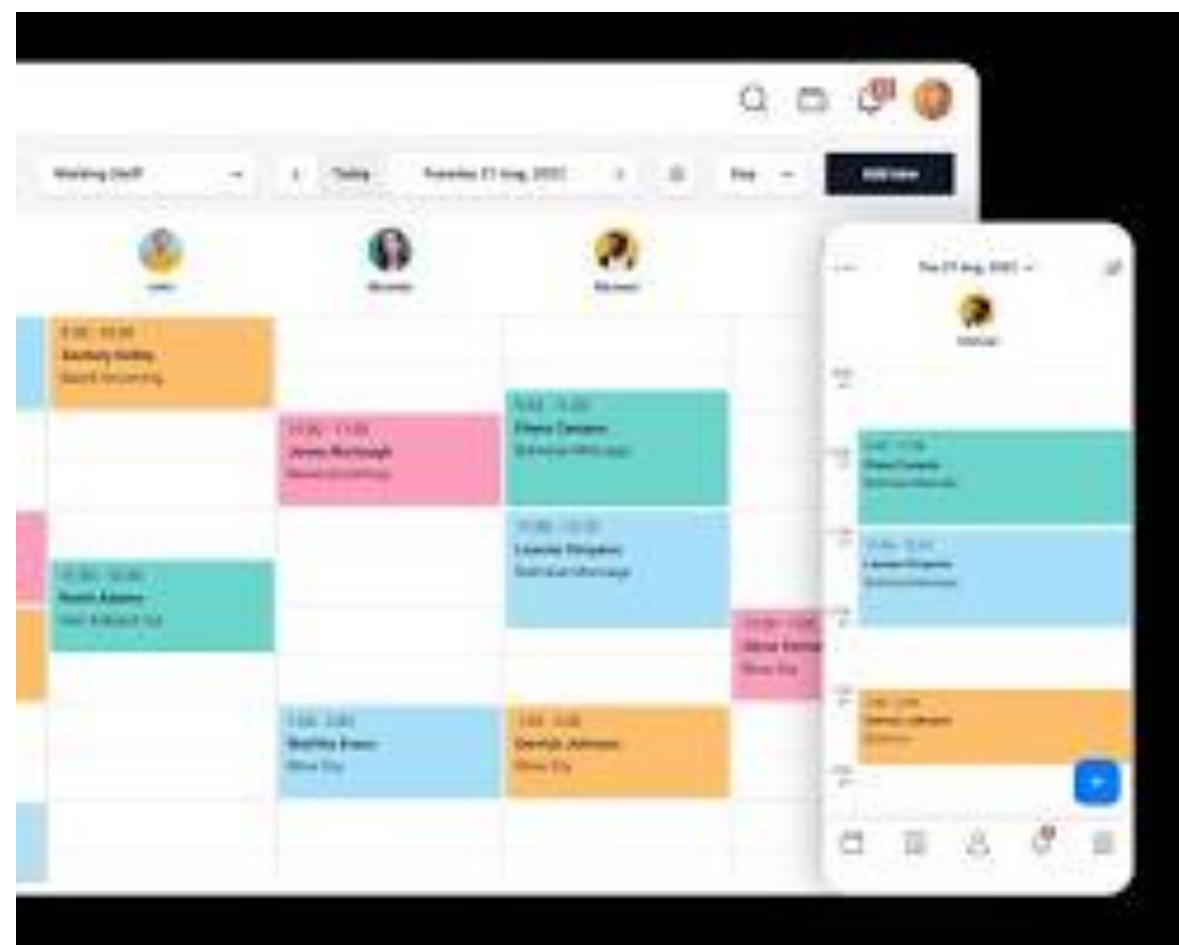
4. Systèmes de réservation en ligne:

4.1. Introduction aux outils courants

- Gestion efficace des rendez-vous et fidélisation des clients.

Quelle est la chose la plus importante dans la gestion des rendez-vous?

- Prendre et gérer les rendez-vous de manière structurée (tous les rendez-vous doivent être notés)



4. Systèmes de réservation en ligne:

4.1. Introduction aux outils courants

- Gestion efficace des rendez-vous et fidélisation des clients.

Wix Bookings: <https://de.wix.com/online-buchungssystem>

- Partie de la plateforme Wix, idéale pour les petites entreprises et les entrepreneurs individuels.
- Offre une configuration et une intégration faciles dans les sites Web Wix existants.

Square Appointments: <https://squareup.com/us/en/appointments>

- Étroitement connecté à Square pour les paiements, idéal pour les entreprises de vente au détail et de services.
- Offre une application mobile pour une gestion facile des rendez-vous en déplacement.

Fresha: <https://www.fresha.com/de>

- Spécialement conçu pour le secteur de la beauté et du bien-être, il offre une multitude de fonctionnalités telles que la boutique en ligne et les programmes de fidélisation de la clientèle.

Google Calendar, Apple iCloud Calendar :

- Offre un moyen simple de partager et de gérer les rendez-vous.
- Peut être étendu avec des add-ons.

Outlook:

- Dans le cadre de Microsoft 365, il offre des fonctionnalités de calendrier complètes et une intégration avec d'autres produits Microsoft.

4. Online-Buchungssysteme:

4.1. Introduction aux outils courants

- Gestion efficace des rendez-vous et fidélisation des clients.

SalonKee

- Facile à utiliser : Salonkee est intuitif à utiliser aussi bien pour les clients que pour les propriétaires de salons.
- **Fonctions complètes:** De la prise de rendez-vous à la gestion des clients en passant par les outils de marketing, Salonkee offre tout ce dont un salon moderne a besoin.
- **Application mobile:** Salonkee Dispose d'une application mobile qui permet de gérer les rendez-vous même en déplacement.
- **Intégrations:** Salonkee Peut être intégré à divers systèmes, tels que les prestataires de services de paiement ou les outils de marketing par e-mail.
- **Fidélisation de la clientèle:** Grâce à des fonctionnalités telles que les cartes de fidélité et les programmes de fidélité, vous pouvez renforcer votre fidélité.

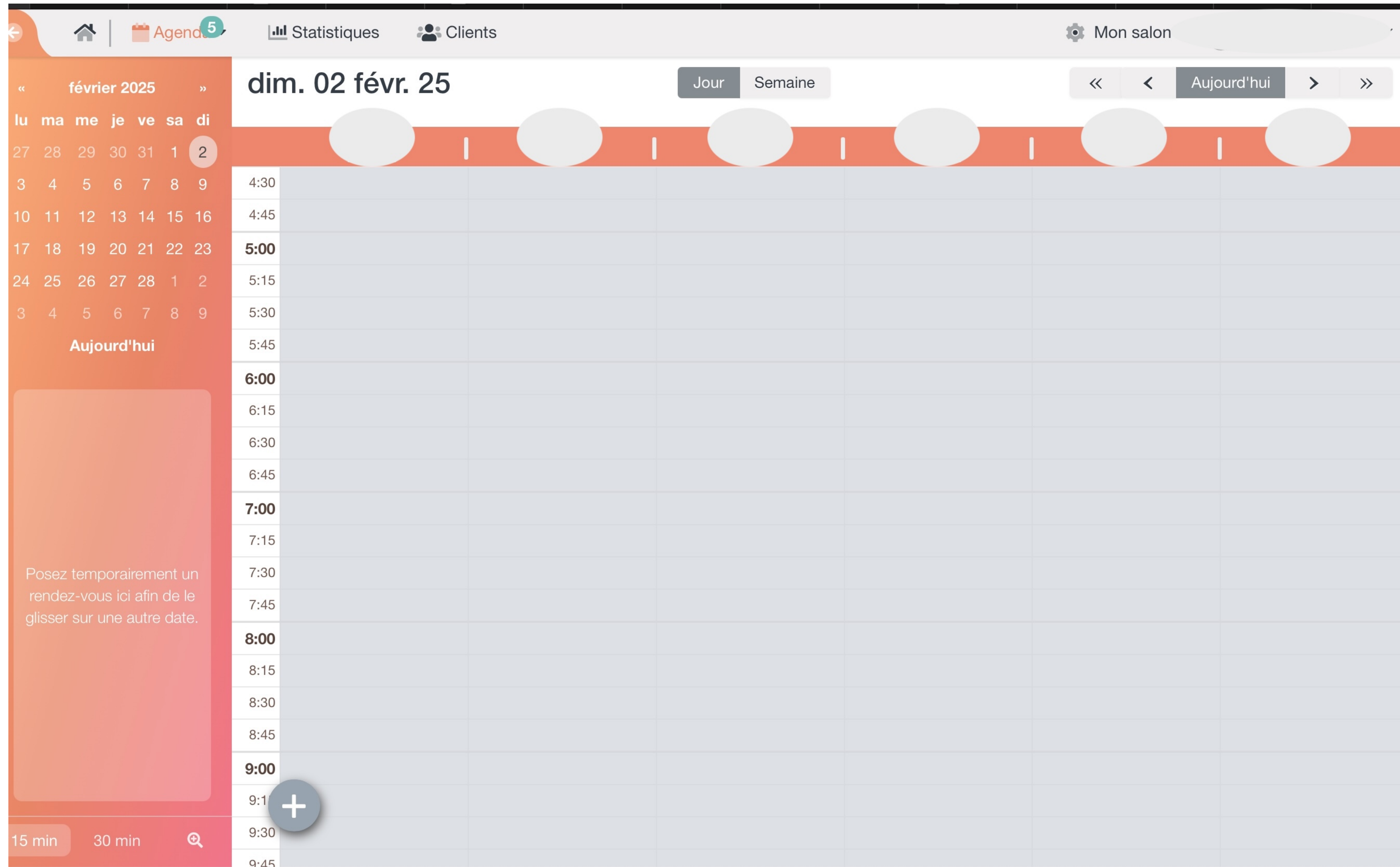
Démo

Salon**kee**

4. Systèmes de réservation en ligne:

4.1. Introduction aux outils courants

- Gestion efficace des rendez-vous et fidélisation des clients.



4. Systèmes de réservation en ligne:

4.1. Introduction aux outils courants

- Gestion efficace des rendez-vous et fidélisation des clients.

In2See

Fonctions principales de In2see:

- **Mise en place du réseau:** In2see sert de réseau numérique dans lequel vous pouvez nouer, entretenir et développer des contacts.
- **Calendrier:** Le calendrier intégré vous permet de planifier et de gérer les rendez-vous.
- **Nouvelles:** Vous pouvez communiquer directement avec vos contacts via la plateforme.
- **Statistiques:** In2see fournit diverses statistiques pour analyser vos activités de réseau.
- **Sécurité:** La plateforme accorde une grande importance à la protection de vos données.

Demo



4. Systèmes de réservation en ligne:

4.1. Introduction aux outils courants

- Gestion efficace des rendez-vous et fidélisation de la clientèle.

 GET IT | USE IT | LIVE IT

  WWCB  Messages  Profiles and Tools  Meine Zeitpläne  Go To Privat  straubejitzer@gmail.com 

STRAUBEJITZER

Alle Romain WYAN JESSICA Anna Dina

Neuen Termin erstellen

Brushing Couleur Perm Coupe hommes shampoo Coupe etudiants

☒ Außerhalb der Geschäftszeiten ausblenden ☐ 10 ☐ 15 ☐ 30 ☐ 1h

Monat Woche Tag Terminübersicht List Resources 7 days Heute < >

	So 02-02-2025
Ganztägig	
00:00	
00:30	
01:00	
01:30	
02:00	

5. Gestion de la



5.1. Introduction aux outils courants

5. Gestion de la

5.1. Introduction aux outils courants

COMCASH:

- Offre des fonctionnalités complètes, de la gestion de la caisse à la gestion des clients et au marketing

e-cut:

- Système de caisse en succursale avec gestion des marchandises et gestion des clients.

Phorest Salon Software:

- Spécialement conçu pour les coiffeurs et les salons de beauté, en mettant l'accent sur la fidélisation de la clientèle.

5. Gestion de la caisse

5.1. Introduction aux outils courants

SalonKee Fonction de caisse:

- Facturation simple et rapide des services et des produits
- Prise en charge de différents modes de paiement
- Intégration de scanners de codes-barres pour une saisie rapide des articles
- **Avantage** Gestion des rendez-vous et fonction de caisse d'une entreprise
- **Inconvénient** Tout est payant

5. Gestion de la caisse:

5.1. Introduction aux outils courants

Clariss FileMaker Comme système de caisse? <https://www.claris.com/de/>

- **Flexibilité:** FileMaker Permet de développer des solutions sur mesure, parfaitement adaptées aux besoins spécifiques d'un salon de coiffure.
- **Capacités de base de données:** Le moteur de base de données robuste de FileMaker permet de stocker et de gérer de grandes quantités de données clients, de produits, de services et de transactions.
- **Adaptabilité:** L'interface utilisateur peut être adaptée au design d'entreprise du salon.
- **Rapports:** Créez des rapports détaillés sur les ventes, le comportement des clients et les stocks.
- **Intégration:** FileMaker Peut être intégré à d'autres applications et appareils, tels que les scanners de codes-barres ou les services de paiement.
- **Inconvénient** Il faut être sache de programmer

Demo



5. Gestion de la caisse:

5.1. Introduction aux outils courants



DinaCaisse (Mac-Studio-von-ROMAIN.fritz.box)

39 75 Gesamt (Sortiert)

Datensätze Alle zeigen Neuer Datensatz Datensatz löschen Suchen Sortieren Bereitstellen

Layout: Kontaktdetails Anzeige: Seitenansicht A^a Layout bearbeiten

< Kontakte ! FactureSingel ! FactureGlobal KONTAKT Facturation → go to liste +

Vorname	Nachname	Firma
Lung	Lam Si	

Foto

Herr

Lung

Lam Si

Frisange

K-25-5

Firma	Telefon/Fax	E-Mail	Adresse	Adresse2
FIRMA				

WEBSITE

5.Gestion de la caisse:



5.1. Introduction aux outils courants

DinaCaisse (Mac-Studio-von-ROMAIN.fritz.box)

< >

17

75
Gesamt (Sortiert)

+

-

Q

Suchen

↓^a_z

↑

Q

Suchen

Datensätze

Alle zeigen

Neuer Datensatz

Datensatz löschen

Suchen

Sortieren

Bereitstellen

Layout: Kontaktliste

Anzeige:

Seitenansicht

A^a Layout bearbeiten

Facturation

! FactureSingel

! FactureGlobal

KONTAKTE

	Vorname	Nachname	Firma		
	Giridahr	Allem	DOMAINE SCHOUMANSBONGERT FONDATION	+	>
	Jorge	Bastos	DOMAINE SCHOUMANSBONGERT FONDATION	+	>
	Vorname	Bonavia	DOMAINE SCHOUMANSBONGERT FONDATION	+	>
	Paolo	Cardoso	DOMAINE SCHOUMANSBONGERT FONDATION	+	>
	Giovanna	Colella	DOMAINE SCHOUMANSBONGERT FONDATION	+	>
	Carlos	De Almeida	DOMAINE SCHOUMANSBONGERT FONDATION	+	>
	Manuel	Dinis	DOMAINE SCHOUMANSBONGERT FONDATION	+	>
	Mathilde	Fritsch	DOMAINE SCHOUMANSBONGERT FONDATION	+	>
	Gisèle	Gangolf	DOMAINE SCHOUMANSBONGERT FONDATION	+	>
	Marianne	Goebel	DOMAINE SCHOUMANSBONGERT FONDATION	+	>
	Francine	Goeres	DOMAINE SCHOUMANSBONGERT FONDATION	+	>

5.Gestion de la caisse:

5.1. Introduction aux outils courants



DinaCaisse (Mac-Studio-von-ROMAIN.fritz.box)

43
Gesamt (Unsortiert)

Datensätze

Alle zeigen

Neuer Datensatz

Datensatz löschen

Suchen

Sortieren

Bereitstellen

Suchen

Layout: FactureDina

Anzeige:

Seitenansicht

A^a

Layout bearbeiten

Date

IdFacture

IdKontakt

Nachname
Vorname

IdFacGlobal

→ go to liste

Fac

→ InsertFacGlobal

FacGlobal

08.01.2025

2025-32

K-25-33

Bertholet

Marion

FG25

-739234

B73
COUPE
TONDEUSE
15 JOURS

B55
Taille Barbe

B51
Coupe
CONTOUR

J3
COUPE BEBE

J6
JUNIOR FET M
3 A 6 ANS

P1
Brushing

P1L
Brushing

S1
Brushing

S18
Laver Secher

S19
Laver sans
Secher

T07
DECOLORATIO
N

T08
Coloration

T09
Coloration 2
COULEUR

B63
POSTICHE

B56
Rasage

B52
Coupe Humide

J7
JUNIOR FET M
3 A 6 ANS
SHAMP.

J12
JUNIOR F ET M
6 A 14 ANS

P2
Coupe
&brush

P3
Coupe
étudiante

S20
Coup de
Peigne

S2
COIFFURE DE
SOIREE

T10
Coloration 3
COULEUR

T11
MECHE ALU

T12
NECHE PAR
FEUILLE

B60
COLORATION

B65
Taille Barbe
Tondeuse

B53
Coupe Shamp.

J13
JUNIOR F ET M
6 A 14 ANS
SHAMP.

JB17
JUNIOR
BARBER
15 A 18 ANS

P4
Perm
complete

P5
Perm
spéciale

C2
COUPE DE
CHEVEUX

C17
COUPE NUQUE

C18
1/2 COUPE

T13
COUPE DE
CSOLEIL OU
BONNET

T23
Coloration ET
ELUMEN

T24
COLOR
REMOVER

B69
MEN RECHADE

B68
MOUSTACHE

B64
1/2 Coupe

JG18
JUNIOR F
15 A 18 ANS
SHAMP.

JG20
JUNIOR F
19 A 25 ANS
SHAMP.

PJS
K-STYLER

S2
K-STYLER

C20
COUPE
POIENT 1CM

T25
ColorationETU
DIANTE

T61
RINCAGE

T67
COULAGE OU
PATINE

B677
MECHE

B57
PERM COMP

B59
1/2 PERM

JB21
JUNIOR
BARBER
19 A 25 ANS

Sp1
Ampouille

Sp3
SOIN SUPP

D3
PERM

D4
PERM
SPECIAL

D5
3/4 PERM

TL30
LIQUID COLOR
30GR

TL15
LIQUID COLOR
15GR

TM10
MAGALA
10GGR

B71
SOIN
ANTICHUTE

B62
FRICTION

B66
SHAMP
MASSAGE

Q40
EPILLATION

Q41
EPILLATION XL

Vd
Vente direct.

Ampouille
par
pièce

D6
1/2 PERM

D21
PERM RACINE

D22
1/2 PERM
RACINE

TM15
MAGALA
15GGR

TM20
MAGALA
20GGR

TM30
MAGALA
30GGR

VENTE

P2

P2

COUPE BRUSH.& MISE EN

84,00

84,00

1

84

2025-32

84

total

84

TVA

14,28

Liste

FactureSingel

FactureGlobal

6. Analyse des

[https://stock.adobe.com/de/search/free?filters\[content_type:photo\]=1&filters\[content_type:illustration\]=1&filters\[content_type:vector\]=1&filters\[free_collection\]=1&filters\[content_type:image\]=1&Data=analyse&order=relevance&limit=100&search_page=1&search_type=usertyped&acp=&aco=Datenanalyse&get_facets=1&asset_id=673874716](https://stock.adobe.com/de/search/free?filters[content_type:photo]=1&filters[content_type:illustration]=1&filters[content_type:vector]=1&filters[free_collection]=1&filters[content_type:image]=1&Data=analyse&order=relevance&limit=100&search_page=1&search_type=usertyped&acp=&aco=Datenanalyse&get_facets=1&asset_id=673874716)

metamorworks | stock.adobe.com

6.1 Évaluation des données clients pour l'optimisation des services et des produits.

6. Analyse des données:

metamorworks | stock.adobe.com

6.1 Évaluation des données clients pour optimiser les services et les produits.

Meilleure connaissance des clients:

- L'analyse des données clients permet aux entreprises de mieux comprendre leurs clients et de mieux répondre à leurs besoins.

Optimisation des produits et services:

- Les connaissances acquises permettent d'adapter les produits et services de manière ciblée aux besoins des clients.

Personnalisation:

- Les offres et recommandations individuelles peuvent augmenter la satisfaction des clients et renforcer la fidélisation des clients.

Campagnes de marketing plus efficaces:

- La segmentation des données clients permet de mener des campagnes marketing plus ciblées qui augmentent le taux de conversion.

Détection des tendances:

- L'analyse des données clients permet d'identifier les tendances actuelles et futures et d'y répondre.

6. Analyse des données:

6.1 Évaluation des données clients pour optimiser les services et les produits.

Quelles données clients peuvent être évaluées ?

Il existe un grand nombre de données clients qui peuvent être évaluées, notamment :

- **Données démographiques:** Âge, sexe, lieu de résidence, revenu
- **Comportement d'achat:** Historique des achats, produits préférés, valeur de la commande, retours
- **Comportement du site Web:** Pages visitées, durée de séjour, comportement de clic
- **Commentaires des clients:** Évaluations, commentaires, résultats d'enquête
- **Activités sur les réseaux sociaux:** Interactions, likes, partages

7. Sécurité:



7.1. Protection des données et sécurité : traitement des données des clients, protection contre les cyberattaques.

7. Sécurité:

7.1. Protection et sécurité : traitement des données des clients, protection contre les cyberattaques.

Mots de passe forts :

- Utilisez des mots de passe longs et complexes et changez-les régulièrement. Utilisez un gestionnaire de mots de passe pour gérer vos mots de passe en toute sécurité.

Mises à jour logicielles:

- Gardez vos systèmes d'exploitation, applications et appareils toujours à jour.

Attention aux e-mails:

- N'ouvrez pas d'e-mails d'expéditeurs inconnus et ne cliquez pas sur des liens suspects.

Réseaux Wi-Fi publics :

- Soyez prudent lorsque vous naviguez sur des réseaux Wi-Fi publics et utilisez des VPN pour crypter votre connexion.

Logiciel de sécurité :

- Installez un logiciel antivirus et anti-malware fiable.

Authentification à deux facteurs :

- Activez l'authentification à deux facteurs pour tous les principaux comptes en ligne.

7. Sécurité:

7.1. Protection des données et sécurité : traitement des données des clients, protection contre les cyberattaques.

Sauvegarde sécurisée des données :

- Sauvegardez régulièrement vos données importantes.

Formations pour les employés:

- Sensibilisez vos employés aux risques de cyberattaques et formez-les aux bases de la cyber-hygiène.

Sécurité du réseau:

- Mettez en œuvre un pare-feu robuste, des systèmes de détection d'intrusion (IDS) et des systèmes de prévention des intrusions (IPS).

Contrôle d'accès:

- Limitez l'accès aux données et aux systèmes à ceux qui en ont besoin.

Cryptage:

- Cryptez les données sensibles à la fois pendant le transfert et au repos.

Plan d'urgence:

- Développer un plan d'urgence complet en cas de cyberattaque.

Contrôles de sécurité réguliers :

- Effectuer des contrôles de sécurité réguliers pour identifier et corriger les vulnérabilités.

8. K.i. A.I.



8.1 Quel AI existe?

8.2 L'IA dans le salon de coiffuree

8. K.i. A.I.

8.1 Quel AI existe?

L'IA a le potentiel de révolutionner notre monde et, à l'avenir, chaque entreprise
Et chaque secteur d'activité

Apprentissage automatique

Exemples : reconnaissance d'images (par exemple, reconnaissance d'images de chats), filtres anti-spam, systèmes de recommandation (par exemple sur Netflix ou Amazon)

Deep Learning

Exemples : reconnaissance d'images, traitement de la langue, traduction automatique (z.B. Google Translate)

Generative KI:

Exemples : générateurs de texte (z.B. ChatGPT, Gemini, DeepSeek, Apple Intelligent), Générateurs d'images (z.B. DALL-E 2, Midjourney, Adobe Firefly, usw), Générateurs de musique (Filmora KI Musik Generator)

8. K.i. A.I.

8.1 Quel AI existe?

Exemples d'applications connues de l'IA :

- **Assistants vocaux:** Siri, Alexa, Google Assistant
- **Chatbots:** Bots de service client, assistants virtuels(ChatGPT, Google Gemini, BingDeepSeek)
- **Systèmes de recommandation:** Netflix, Amazon, Spotify
- **Conduite autonome :** Tesla Pilote automatique, Waymo
- **Diagnostic médical:** Détection d'images basée sur l'IA pour la détection des maladies
- **Finance:** Détection de la fraude, évaluation des risques

8. K.i. A.I.

8.1 Quel AI existe?

Opportunités	Risques
Amélioration de la personnalisation et du suivi des clients	Les préoccupations en matière de protection des données et de sécurité
Amélioration de l'efficacité et réduction des coûts	Dépendance à l'égard de la technologie et des entreprises offrant
Élargissement des connaissances et des compétences au sein de l'équipe	Dépenses en matière de formation
Automatisation des tâches récurrentes, concentration sur le cœur de métier	Changement de travail et des domaines d'activité des salariés
Potentiel d'innovation et avantage concurrentiel	Défis éthiques et juridiques
Évolutivité et rapidité Réaction aux tendances	Intégration dans les Systèmes et processus
Prédiction et prévention des problèmes, prise de décision basée sur les données	Qualité et fiabilité des algorithmes d'IA

8. K.i. A.I.

8.1 Quel AI existe?

„Que devons-nous faire avec l'intelligence artificielle ?“

Heiko Schneider Partage les premières réflexions et donne des incitations...

<https://www.friseur-digital.de/>

Le cœur rencontre la technologie : l'intelligence artificielle peut donner une nouvelle vie au salon de coiffure !

La bonne nouvelle à l'avance : quelle que soit la qualité de l'IA, pour le moment, elle ne coupera ni ne colorera les cheveux et ne pourra pas remplacer le conseil individuel aux clients dans les années à venir..

↗ <https://imsalon.de/business/business-detailseite/kuenstliche-intelligenz-im-friseursalon-revolution-oder-synergie/>

↗ <https://www.tophair.de/business/business-detailseite/ki-in-der-friseurbranche-nur-traum-oder-schon-wirklichkeit/>

8. K.i. A.I.

8.2 KI im Friseursalon:

► Mais en tant qu'entrepreneur de salon, vous ne pouvez pas passer à côté de l'IA !

Quelles zones le coiffeur peut-il utiliser avec l'IA ?

Chat GPT Gemini DeepSeek usw., Les systèmes basés sur l'IA, peut travailler pour nous?

Heiko Schneider A déjà essayé beaucoup de choses et partage avec vous ses points de vue dans sa vidéo divertissante - de l'accès à Chat GPT à ses visions pour l'avenir de l'IA (intelligence artificielle = intelligence artificielle), des textes aux images en passant par les vidéos.

<https://www.friseur-digital.de/2023/07/29/ki-fuer-friseure/>

8. K.i. A.I.

8.2 KI im Friseursalon:

Exemples d'expériences:

- Deux minutes au lieu de 20, écrire, écrire, textes publicitaires, offres d'emploi.....
- À l'avenir, l'IA prend des rendez-vous
- L'IA comme traducteur simultané
- L'IA crée des images, des vidéos, etc.

8.2 KI im Friseursalon:

8. K.i. A.I.

LG CHI Mater Mélanges de couleurs avec l'IA

<https://chi-haircare.de/>

Le CHI Color Master vous permet de mélange précis et efficace des couleurs de cheveux, Permet de gagner du temps et de réduire le gaspillage de peinture. Vous bénéficiez de produits cohérents et de haute qualité Résultats de couleur et augmentez votre productivité dans le salon,

