

WILLIAM LE PEC

LE LIBRE
penseur

Fils d'exploitants agricoles à Laval, William Le Pec est aujourd'hui à la tête de trois salons et d'une académie de formation & événementiel. Il forme un duo de choc avec sa femme Céline, directrice artistique du salon W, rue Montmartre à Paris. Biblond vous dévoile le parcours d'un mathématicien déguisé en coiffeur.

par Nicole Yan

Il aurait tout aussi bien pu devenir agriculteur, comme ses parents, que mathématicien. Le hasard en a décidé autrement puisque c'est lors d'une rencontre fortuite avec **Dany et Hubert**, ses futurs maîtres d'apprentissage que **William Le Pec**, âgé de 17 ans à l'époque, choisit de suivre la voie de la coiffure. « *Je voulais un métier où l'on puisse s'exprimer artistiquement, humainement et intellectuellement.* » Ce n'est qu'une

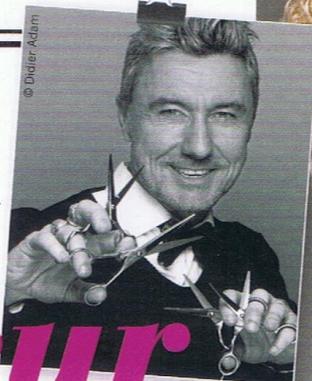
fois dans le bain qu'il se rend compte qu'être coiffeur ne consiste pas simplement à couper des cheveux avec des ciseaux. Avec des tuteurs maîtrisant les techniques de coupe anglo-saxonnes, William est rapidement plongé dans des techniques plus réfléchies et enrichit petit à petit son « **réservoir de savoirs** ». Une fois diplômé et après avoir travaillé dans différentes structures, il ne résiste pas à l'appel de la capitale pour être au cœur de la ville de la **mode**. Il trouve rapidement du travail en tant que coiffeur styliste et devient en parallèle formateur freelance. Repéré pour son talent, il devient par la suite formateur permanent et **directeur artistique** au sein du groupe **Gérard Glémain (GGG)** en 1997. Aujourd'hui il commence une nouvelle aventure professionnelle avec **Label Coiffure** en reprenant la direction artistique du groupe.

“Réflexion + création + réalisation + conceptualisation = business.”

CONCEPTUALISER POUR MIEUX RÉUSSIR

Au fur et à mesure des rachats des marques pour lesquelles il travaille, William Le Pec reste fidèle à son poste et gravit les échelons avec les responsabilités que cela comporte. Devenu **directeur artistique** Tendances pour le groupe **Régis** en 2003, il a pour mission de trouver des idées pour les collections des enseignes dont il a la charge et de **conceptualiser** toutes les techniques de coupe. Une tâche que l'on résume par la formule suivante : **réflexion + création + réalisation + conceptualisation = business**. « *J'aime donner du sens à mes actions, comme en mathématiques.* »

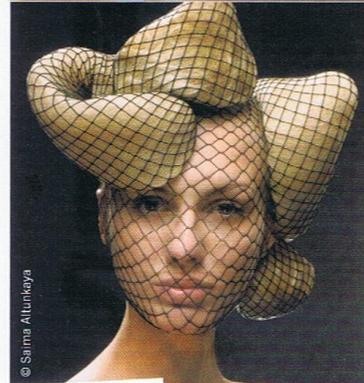
En plus d'être rationnel, il a de l'**imagination** à revendre. « *La créativité ne s'apprend pas sur les bancs de l'école. C'est grâce à ma flamme créative et à mon sens de l'observation que j'ai cette créativité permanente.* » Son talent majeur ? Réussir à créer une **passerelle** entre création et business, sans que l'une n'annule l'autre. « *Elle paraît impossible, mais elle est en fait indispensable. Conceptualiser une idée, c'est créer cette passerelle. La créativité reste bien entendu le moteur majeur de ce duo.* » Malgré une position sociale avantageuse, William sait rester humble face à son parcours. « *Mes parents m'ont très tôt appris le respect et l'humilité, ce qui*



© Dieter Adam



© Sanna Alunkaya



© Sanna Alunkaya

MINI BIO

- 1997** DA & formateur au sein du groupe Gérard Glémain (GGG)
- 2003** DA Tendances du groupe Régis pour Saint-Algue, Coiff&Co, City Looks et Intermède
- 2008 à 2013** DA du groupe Provalliance pour Saint Karl, Coiff&Co, City Looks et Intermède
- 2008 et 2011** Ouvertures des deux salons W Coiffeur-Expert à Stains (93) et Colombes (92)
- 2013** Création de Will Education « Savoir-faire et faire savoir »
- 2014** Ouverture du salon W Coiffeur studio à Paris
- 2016** DA du groupement Label Coiffure
- 2017** Retour sur scène après cinq ans d'absence à l'occasion du festival Beauté Méditerranée

#12

Facebook

EN 10 CONSEILS

La page Facebook est un vecteur intéressant pour communiquer gratuitement avec vos clients ou prospects. Simple et rapide à créer, il est ensuite plus compliqué de l'animer dans la durée. Biblond vous donne les bases en 10 points.

par Anjela Gauvin

#01 Je crée mon compte

Après avoir créé votre compte, connectez-vous à votre profil et sélectionnez dans le menu le bouton « **Lieu ou commerce local** » puis la catégorie « SPA/beauté/soins personnels ». Vous n'avez pas de salon ? Créez une page en votre nom en choisissant le bouton « **Artiste ou personnalité publique** ».

#02 Différencier page professionnelle et compte personnel

Sur votre page pro, ne publiez que des posts concernant votre **salon** ou la **coiffure** en général. Partagez-les sur votre compte perso, mais surtout pas l'inverse ! En revanche, vous pouvez inviter les **amis** à aimer votre page pour commencer à vous créer une communauté.

#03 Compléter intelligemment un profil

Renseignez l'adresse, les horaires, le numéro de téléphone et vos tarifs (facultatif) puis décrivez votre salon, surtout si vous n'avez pas de site Internet.

#04 Ajouter un bouton de réservation en ligne

Si vous avez mis en place la réservation en ligne sur votre site, l'ajouter à votre profil renverra l'internaute sur la page Web en question.

#07 Que poster ?

Trouvez le **style** qui reflètera le **positionnement** et l'**ambiance** de votre salon. Suivez la **règle des 20-80** (80% d'information, 20% de promotion) : vous pouvez poster actualités, citations (mettez-les à votre goût grâce à **Canva.com** ou **Recitethis**), avant-après, photos de coiffeurs en action et aussi, de temps en temps, des nouveaux produits disponibles.



AVIS DE L'EXPERT

William Le Pec

« Être présent sur Facebook, c'est bien, mais encore faut-il donner du sens à sa présence. Postez de manière réfléchie, car vos messages doivent être intéressants. On bannit les informations banales du quotidien, on ne revendique pas ses opinions politiques ou religieuses et on ne pense pas en termes de quantité. Et, bien entendu, on n'accepte que les amis touchant de près la profession ! »

#06 Rédiger des posts de qualité

« *Une image vaut mille mots* », disait Confucius. Vos photos ou vidéos doivent refléter l'**univers** de votre salon. Accompagnez-les d'un **message pertinent** et **accrocheur** pour les introduire. **Géolocalisez** vos posts. Posez des **questions** ou incitez vos fans à **commenter**. Vous pouvez aussi intégrer des liens **Bit.ly** (raccourcisseurs d'url) renvoyant vers votre site Internet.

#07 Poster au bon moment

Le bon timing : quand vos fans sont potentiellement connectés à Facebook, **au réveil, à la pause déjeuner et le soir**. Postez dans l'idéal **3 fois par semaine**. Vous pouvez même programmer vos posts : commencez par les rédiger, cliquez sur la flèche à côté de « Publier » et choisissez « Programmer ».

#08 Suivre les statistiques des posts

Analysez-les pour mieux comprendre qui vous suit, quand la communauté se connecte, quels sont les posts qui ont le mieux marché, afin d'**adapter votre communication**.

#09 Faire une veille concurrentielle

Dans l'outil « statistiques », suivez vos concurrents, mais surtout **les salons qui sont actifs sur Facebook**. Vous pouvez vous en inspirer lorsque vous débutez.

#10 Sponsoriser une publication avec Facebook ads

Définissez en amont votre objectif pour calculer votre retour sur investissement. Sélectionnez bien l'audience que vous ciblez selon vos **critères** (géolocalisation, âge...). Pour **booster** un post, passez par le menu en cliquant sur « Créer une publicité » et non sur le bouton « Booster » qui s'affiche sous le post. ■

Vous souhaitez développer la présence digitale de votre salon de coiffure ? Biblond propose des formations. Pour en savoir plus, envoyez un email avec vos coordonnées à **ag@biblond.com**.