

GUIDE OFFERT · CHOISIR SA MARQUE

# Le budget produits pour ouvrir son institut

Combien prévoir pour le stock de départ, la cabine, la revente et l'ouverture de compte — sans mauvaise surprise.

[choisir-sa-marque.fr](https://choisir-sa-marque.fr) — le comparateur des esthéticiennes

## Pourquoi anticiper le budget produits ?

Le local, le matériel et la déco monopolisent souvent toute l'attention au moment d'ouvrir. Pourtant, le **budget produits** — cabine, revente, ouverture de compte marque — est ce qui fait tourner l'activité *dès le premier jour*. Le sous-estimer, c'est risquer une cabine à court de stock ou une revente famélique qui ne génère aucune marge additionnelle.

Ce guide vous donne des **fourchettes réalistes** pour un institut qui démarre, et la logique pour arbitrer entre cabine et revente. Les montants sont des **estimations sectorielles** (symbole  $\approx$ ) : ils donnent un ordre de grandeur fiable, à affiner selon votre marque et votre région.

**À retenir** : pour une seule marque « soin », prévoyez en général entre **2 500 et 6 000 € HT** de budget produits de démarrage (ouverture de compte + premier stock cabine et revente). Deux marques ? Ajoutez 60 à 80 %.

## Les 5 postes du budget produits

### 1. L'ouverture de compte marque

C'est la première commande minimale pour devenir revendeur. Elle comprend souvent un socle de cabine, de la PLV (présentoirs, affiches) et des testeurs.

Type de marque	Ouverture de compte ( $\approx$ HT)
Marque naturelle / indépendante	500 – 1 500 €
Marque établie (institut)	1 500 – 3 000 €
Leader avec pack PLV + formation	3 000 – 6 000 €

Astuce : l'ouverture se négocie (PLV offerte, formation incluse, franco).

### 2. Le stock cabine

Les produits « grand format » utilisés pendant les soins. Coût par soin généralement faible ( $\approx$  2 à 7 € de produit), mais il faut constituer un stock initial couvrant toute la carte de soins que vous proposez.

### 3. Le stock de revente

Les produits vendus à la cliente pour prolonger le soin à la maison. C'est votre **marge additionnelle** : avec un coefficient x2 à x2,4, chaque produit revendu double quasiment sa mise. Prévoyez une profondeur suffisante pour ne pas être en rupture sur les best-sellers.

#### **4. La PLV et les testeurs**

Présentoirs, testeurs, échantillons, cartes de soins. Souvent partiellement inclus dans l'ouverture, mais prévoyez une enveloppe pour bien mettre en scène la revente.

#### **5. La formation**

Indispensable pour maîtriser les protocoles. Chez les leaders, un socle est souvent inclus ou remboursé à l'ouverture ; les stages d'approfondissement sont payants.

## Exemple de budget de démarrage (une marque)

Pour un institut solo qui démarre avec **une marque soin** couvrant visage et corps :

Poste	Fourchette (≈ HT)	Commentaire
Ouverture de compte	1 500 – 3 000 €	Socle cabine + PLV + testeurs
Complément stock cabine	400 – 900 €	Pour couvrir toute la carte
Stock revente initial	600 – 1 500 €	Profondeur sur les best-sellers
PLV additionnelle	0 – 400 €	Selon ce qui est offert
Formation d'approfondissement	0 – 600 €	Souvent socle inclus
<b>Total démarrage</b>	<b>2 500 – 6 400 €</b>	<b>Une marque</b>

Beaucoup d'instituts démarrent avec **deux marques complémentaires** (ex. une marque visage technique + une marque corps/spa sensorielle). Dans ce cas, comptez plutôt **5 000 à 11 000 € HT** de budget produits de départ.

## Cabine ou revente : où mettre l'argent ?

Les deux se nourrissent. La cabine crée l'expérience et la confiance ; la revente transforme cette confiance en marge récurrente.

- **Cabine** : coût produit faible par soin, mais votre marge vient surtout du temps facturé. Ne surstockez pas les formats pro au départ.
- **Revente** : marge produit directe (coefficient x2 à x2,4). C'est le levier de rentabilité le plus rapide — à condition d'avoir du stock et de savoir conseiller.

**Règle simple** : mieux vaut une revente *bien fournie sur 8 à 12 best-sellers* qu'un catalogue complet à moitié vide. La rupture tue la vente additionnelle.

## 5 leviers pour négocier à l'ouverture

1. Demandez la **PLV offerte** et un lot de **testeurs**.
2. Négociez un **franco de port** abaissé sur les premières commandes.

3. Faites **inclure la formation** de prise en main.
4. Discutez l'**exclusivité de zone** si vous vous engagez sur un volume.
5. Étalez : commencez sur une **carte de soins resserrée**, élargissez au réassort.

## Votre check-list avant de signer

---

- Montant réel d'ouverture de compte confirmé par écrit
- Minimum de commande et franco de port des réassorts
- Coefficient de revente et prix public conseillés
- Contenu et coût de la formation
- Exclusivité territoriale (ou non) et distribution retail de la marque
- Délais de livraison et disponibilité des références

**Comparez avant de choisir.** Retrouvez les conditions d'ouverture, les minimums et les coefficients des 30 marques professionnelles sur notre comparateur — et le tableau de référence des conditions d'ouverture de compte.

**[choisir-sa-marque.fr](https://choisir-sa-marque.fr)**