

Parce qu'on ne croit que ce qu'on voit!



[Page complète](#)

B Com Best

Unique en Région wallonne, le concept «B Com Best» a été lancé en avril dernier par Ariane Steenweghen, active précédemment dans les secteurs de la bijouterie et de la publicité. Pour s'assurer de la faisabilité de cette activité centrée sur le coaching, le relooking et la conception des lieux d'accueil ou de travail des entreprises, elle a pu bénéficier de l'appui du centre d'entreprise et d'innovation Héraclès (Charleroi), et d'une bourse de préactivité (15.600 EUR) accordée par la Région wallonne.

B Com Best, en fonction de ses missions, fait appel à des collaborations extérieures comme des architectes d'intérieur, des sound designers, etc. «Notre particularité est de travailler sur l'image globale des entreprises, tant au niveau du personnel que des infrastructures», explique Ariane Steenweghen.

Un package de services qui met en œuvre le marketing sensoriel, du stylisme (conseil vestimentaire), la colorimétrie (mise en valeur de la personne par la couleur) ou encore le visagisme (morpho-coiffure, choix des accessoires...). à la demande, **B Com Best** assure un service de diagnostic, de conseil ou d'accompagnement individualisé.

Pour justifier la raison d'être de **B Com Best**, Ariane Steenweghen brandit de multiples études révélant que, lors d'un premier contact, le visuel intervient pour 55%: «on est avant tout regardé». La voix intervient pour 38%, les mots émis, paradoxalement, ne comptant que pour 7%. «Lors du premier contact, tout se joue dans les trois ou quatre premières minutes. Aucun détail ne doit être négligé», assure la directrice de **B Com Best**.

Les premiers contrats engrangés en Belgique et en France semblent prometteurs pour la jeune société de Fleurus convaincue que nous vivons dans une société de l'image «qui ne croit que ce qu'elle voit». r

H.L.

02/01/2007 en page 9
Copyright © L'Echo