

SPECIALISERING IN EEN BEPAALD VAKGEBIED IS VAN GROOT BELANG VOOR HET CREËREN VAN COMMERCIEËLE KANSEN”

ER KOMT HEEL WAT BIJ KIJKEN OM ALS ONDERNEMER SUCCESVOL TE ZIJN IN EEN SECTOR DIE ZO COMPETITIEF IS ALS DE SCHOONHEIDSBranche. OM JE TE ONDERSTEUNEN GEVEN ONZE PANNELLEDEN IN DE RUBRIEK ‘ONDERNEMEN’ STEEDS HUN VISIE OP EEN STELLING DIE VERBAND HOUDT MET EEN BEPAALD ASPECT VAN HET ONDERNEMERSCHAP. VOOR DEZE EDITIE LEGDE VAKTIJDSCHRIFT DE BEAUTYSALON HEN DE VRAAG VOOR: “SPECIALISERING IN EEN BEPAALD VAKGEBIED IS VAN GROOT BELANG VOOR HET CREËREN VAN COMMERCIEËLE KANSEN”

HANS BOLDER

“Ja en nee. Persoonlijk zeg ik direct ja, want het is als vissen in een vijver. Vis je in een vijver waar veel vissen in zitten maar ook honderd hengelaars, of ga je vissen in een kleinere vijver met aardig wat vis en dertig hengelaars? Ik zou duidelijk voor specialisering kiezen zoals bijvoorbeeld anti-aging met als algemene uitstraling huidverbetering. Zo ben je duidelijk in je commerciële uiting; waar je voor staat en wat je doet als salon. Van belang is dat je een specialisatie kiest die bij je past en je eigen is. Je dient namelijk wel als expert te boek te staan voor deze specialisatie. Alle kennis en technieken moet je dus beheersen. Gebruik daarnaast een slogan voor je commerciële specialisatie, zoals bijvoorbeeld ‘Salon X – experts in anti-aging’ en dan kan je algemene uiting zijn: ‘Salon X – een mooiere huid voor de rest van je leven’. Doe je dit, dan weet ik zeker dat je commerciële kansen toe gaan nemen.”

Als CEO van Medik8 Professional Benelux geeft Hans Bolder dagelijks leiding aan twintig mensen die betrokken zijn bij de organisatie. Medik8 is marktleider op het gebied van innovatieve producten voor beautyprofessionals. Hans’ dagelijkse missie is om kennis en innovatie te delen met Medik8-klanten.



KIM VAN DER MEER & ROOS VISSER

“Wij geloven dat het als behandelaar, maar zeker ook als ondernemer, een kracht is om jezelf te specialiseren en om die specialisatie uit te dragen naar de buitenwereld. Als ondernemers proberen we ons allemaal te onderscheiden om zoveel mogelijk op te vallen bij onze doelgroep(en) en om zoveel mogelijk commerciële kansen te creëren. Als huidprofessionals hebben wij daarbij iets unieks: het vermogen om onze persoonlijke kwaliteiten en expertise te optimaliseren en in te zetten als onderscheidend ‘product’. Door een specialisatie of focus te kiezen kun je jezelf optimaal ontwikkelen, wat de kwaliteit ten goede komt. Juist die kwaliteit zorgt voor de commerciële kansen. Door jouw specialisatie uit te dragen, weten cliënten waarvoor ze naar jouw kliniek of salon moeten komen. Het verhoogt de herkenbaarheid en de vindbaarheid.”

In de praktijk zien we dat veel klinieken en salons een breed behandel aanbod inzetten om een totaalpakket aan te bieden en zo een grotere doelgroep te bereiken. Dat is vanuit het oogpunt van ondernemer uiteraard geen gekke gedachte! Wij zijn dan ook zeker voorstander van het aanbieden van een totaalpakket aan zorg, maar ook daarbij geloven we dat het erg belangrijk is om jezelf als ondernemer en bedrijf te focussen en deze focus ook uit te dragen naar de cliënten. In principe kan elke ondernemer een breed aanbod aan behandelingen bieden, de kunst is juist om datgene wat je doet en aanbiedt zo goed mogelijk te doen. Daar ligt vaak de uitdaging, of beter gezegd de kans. Of je als ondernemer nu gelooft in een grote opzet van de kliniek of salon met een breed aanbod of er juist voor kiest om het aanbod te beperken: zorg ervoor dat datgene wat je doet van een zo goed mogelijke kwaliteit is en draag dit uit naar buiten. Dan vinden de cliënten jou vanzelf!”

Kim van der Meer en Roos Visser zijn beide huidtherapeuten en oprichters van HUYD, het expertisecentrum voor huidprofessionals. HUYD ontwikkelt en verzorgt cursussen en opleidingen gericht op de cosmetische huidzorg voor schoonheidsspecialisten, huidtherapeuten en artsen. Tevens organiseren Kim en Roos het jaarlijkse HUYD Congres.