

KIES JE NICHE

EEN DINER MET STARTENDE ONDERNEMERS UIT ALLERLEI BRANCHES. HET IS ALWEER EEN AANTAL JAREN GELEDEN. WE VOLGDEN EEN OPLEIDING, WAT IK KORT ZOU KUNNEN SAMENVATTEN IN 'MODERN ONDERNEMEN'.

Aletta de Rooij,
Businessinspirator & Saloncoach
Partners in Crème



Op de vraag hoe mijn bedrijf eruit zou gaan zien gaf ik het antwoord: sales. Verkopen vind ik leuk. Dat gaat me gemakkelijk af. Closing the deal. Geen trucs uit een boekje, maar verkopen op een manier die fijn voelt. Het maakt niet uit wat je verkoopt. Of het nu vuilniszakken zijn, kledingstukken, auto's, reizen, trainingen... zeg het maar. Sales dus, anderen leren hoe je comfortabel kunt verkopen. Dát zou de core business van het nieuwe bedrijf zijn.

Gedurende deze opleiding werd steeds gesproken over een niche. Kies je niche. Zo had ik daar toen nog nooit bij stilgestaan. 'Dat is toch verkopen?', dacht ik steeds. Maar nee, het gaat om de doelgroep. Die was bij mij heel erg breed. Want ik vond het moeilijk doelgroepen uit te sluiten. Dat maakte in mijn ogen toen de kans op werk kleiner. Ik zou tenslotte iedereen kunnen leren hoe te verkopen.

'Wat heb je hiervoor gedaan?'

was de vraag. Tja, toen begon ik enthousiast te vertellen over de beautybranche, hoe ik was begonnen in een schoonheidssalon, over de klanten die altijd met een setje de deur uitgingen, over de trainingen waarvan iedereen stuiiterend huiswaarts keerde en van de succesvolle workshops. Verhalen en ervaring genoeg na zoveel jaren. Daar was menigeen stiekem best jaloers op, want mijn passie werkte aanstekelijk. Door het sparren met de andere ondernemers voelde ik waar en in welke branche mijn kwaliteiten lagen. Al gauw had ik mijn niche ontdekt. Het is geen sales geworden in het algemeen, maar sales voor de beautybranche. En dit ben ik gaan uitdiepen, want je kunt niet verkopen als je geen klanten in de zaak krijgt. Dus 'Hoe bereik je klanten?', sluit mooi aan bij 'sales'.

Inmiddels zijn we alweer wat jaren verder. En ben ik nog steeds heel blij met de keuze voor de niche beauty. Doen waar je goed in bent, waar je veel ervaring in hebt en wat je ook nog eens heel erg leuk vindt. Door je slechts op één doelgroep te focussen ben je veel beter zichtbaar, sneller bekend en word je een expert in je vakgebied.

Nichen kun je zien als etaleren. Wat zet je in de etalage? Je etalage is in dit geval de homepage van je website en social media. Als beautyspecialist heb je vaak meerdere disciplines. Kijk dus eens

wat bij jou in de etalage zou mogen staan. Kies je niche. De rest blijft in je salon. Dat hoeft je niet op te geven.

Wanneer je je niche hebt gekozen word je gezien als expert, word je gemakkelijk gevonden én het kost ook minder energie. Je krijgt sneller bekendheid. En het allerleukst is dat wat je verder 'in de winkel' hebt, men ook voor in is. Je hebt automatisch het vertrouwen van de klant in de overige behandelingen. Want als je in je niche zo goed bent, zal de rest niet dramatisch zijn. De klant voelt dit, je hebt binding gemaakt en goed werk geleverd.

Zo ga ik dus ook heel af en toe even 'branchevreemd'. Via via heb ik coaching gedaan voor een presentator, een fotograaf, de kledingbranche en vandaag kreeg ik een aanvraag van een zanger die beroemd wil worden. Wordt vervolgd...