

DE BIG FIVE

WANNEER JE OP SAFARI BENT IN ZUID-AFRIKA LIGT DE NADRUk OP HET SPOTTEN VAN DE BIG FIVE. DE BIG FIVE BESTAAT UIT DE LEEUW, NEUSHOORN, BUFFEL, LUIPAARD EN OLIFANT. EN EERLIJK IS EERLIJK, DIT IS SAMEN MET HET IN HET WILD ZIEN VAN EEN GIRAF, AAP OF KROKODIL NATUURLIJK OOK FANTASTISCH.

Deze week deelde ik mijn reisverhaal met een vriend. En ik hoorde mezelf vertellen dat ik naast de Big Five eigenlijk het meest heb genoten van een onverwachte middag tijdens een wandelsafari. Met een klein groepje en slechts 'beschermd' door de ranger met geweer gingen we op pad tijdens de siësta. Best spannend, je hebt toch in je achterhoofd dat een leeuw of ander groot beest altijd trek heeft.

Echter zorgen om niets. Lopend in de brandende zon werden we geattendeerd op minuscule gaatjes in de grond, blaadjes met een gekarteld randje, sporen... We ontdekten wat al deze kenmerken der natuur betekenen. Ik genoot. Ik genoot van het onverwachte, het pure, onbeschermd en met name dat iets kleins ook prachtig kan zijn en grote impact heeft.

Uiteraard was mijn doel ook om de Big Five te zien, maar het waren de kleine dingen die grote indrukken achter hebben gelaten. Details kunnen een wereld van verschil uitmaken. Kleine stappen brengen grote veranderingen teweeg. Wanneer je in een weiland staat, draai je voeten maar eens een paar centimeter naar rechts en ga dan lopen. Je komt dan heel ergens anders uit. Zo merk ik dat in een salon de kleine dingen ook veel verschil kunnen betekenen.

Denk eens aan de manier waarop je de intake doet, hoe je de koffie presenteert, hoe je iemand begroet, hoe je advies geeft, hoe de entree is, waar de klant haar spullen kwijt kan, hoe je praat, of het rustig is, schoon, lekker ruikt, relaxed, warm is, enzovoorts. Eigenlijk zijn dit de zaken die vaak vanzelfsprekend gevonden worden, of niet specifiek over nagedacht

dat dit wel eens doorslaggevend zou kunnen zijn voor herhalingsafspraken. Ook hier zijn we snel gefocust op de 'Big Five', namelijk de behandeling, producten en een nieuwe afspraak.

De klant neemt waar. De een wat meer visueel, de ander wat meer auditief en kinesthetisch in ons vak sowieso. Dus wat ZIET de klant, wat kan ze waarnemen? Wat HOORT de klant? Muziek, de weg, de kinderen, jou? En VOELT ze naast jouw handen en producten ook de gastvrijheid, jouw vakvrouwship, jouw oprechte belangstelling en met name jouw passie?

Zie, hoor en voel je dit ook terug op de website? En wat te denken van social media?

Elke reisgids van Zuid-Afrika pronkt visueel met de Big Five. Echter touroperators die de kunst verstaan in te spelen op details, je het gevoel geven dat je één bent met de immense natuur, je jezelf daar al ziet rondlopen, de olifanten hoort stampen... Kortom bij jou een verlangen, een behoefte aanwakkeren voor een allesomvattende herinnering, dáár wil je boeken, dáár wil je naar toe en dát vertel je door.

Lieve beautyspecialist, hoe ziet jouw 'reisgids' eruit?



Aletta de Rooij,
Businessinspirator &
Saloncoach Partners
in Crème