

BEURZEN BUSINESS

“OOOH, DAT WIL IK OOK GRAAG EEN KEER ALETTA, NAAR DE BEURS IN ITALIË.”
EN ALS JE HET NIET TEGEN ME HEBT GEZEGD, HEB JE HET MISSCHIEN GEDACHT.
HET VOELT SOMS DAT JE ECHT IETS MIST ALS ‘THUISBLIJVER’. MAAR IS DAT ZO?

Laat ik vooropstellen dat ik met Partners in Crème hele andere redenen heb om beurzen in het buitenland te bezoeken dan de praktiserend beautyspecialist. Mijn online Business in Beauty Academy is er naast Nederlands namelijk ook in het Engels.

De Cosmoprof in Bologna is werkelijk enorm. Meer dan 20 hallen met verschillende thema's uiterlijke verzorging. Dus ook hallen voor kappers, retail, Korea, verpakkingen, machines die verpakkingen maken, afslankapparatuur enzovoorts. Gelukkig heb je een beursplattegrond en fijne schoenen, want je legt heel wat kilometers af.

Je realiseert je hier extra hoe er wereldwijd enorm veel geld in cosmetica omgaat. De keuze is reuze. Het aanbod van nieuwe merken was dan ook enorm en bijna bij elke stand was men op zoek naar distributeurs voor hun product.

Deze overload aan cosmeticaproducten brengt je direct met beide voeten weer op de grond. Terug naar de basis. Terug naar het fundament van je bedrijf. Waar sta je voor en waar staat je salon voor? Wat mist er? Wat heb je nodig? Een beurs bezoeken zonder een duidelijke visie en missie is net als naar de supermarkt gaan wanneer je nog niet hebt gegeten. Voor je het weet ligt je karretje vol met lekkers wat eigenlijk niet zo goed voor je is.

Wanneer je wél je visie en missie helder hebt, wat zou dan als beautyspecialist jouw doel kunnen zijn? Nieuwe trends spotten? Echt spectaculair nieuws heb ik niet ontdekt. Niet in Bologna en ook niet in Düsseldorf. Beide beurzen werden vergezeld door prachtig weer. En de verleiding was

voor vele specialisten dan ook groot om daar lekker van te genieten. De terrasjes lonkten en wat dacht je van de pasta, pizza's en wijntjes? Heerlijk vakantiegevoel.

En is het ook niet dat vakantiegevoel, buitenland, leuke foto's, een branche die ons aanspreekt, kortom alle ingrediënten voor een fantastisch businessuitje, dat een soort verlangen opwekt? Wat zou je doel zijn van het beursbezoek? Wat wil je bereiken? Wat mis je in eigen land? Het aspect kosten moet je ook niet onderschatten.

Laten we terugkijken op een volwaardige beurs in Utrecht. Hier geen 20 hallen waarvan je meer dan de helft kan overslaan. De Beauty Trade Special is een volwaardige beurs met bijna alle Nederlandse cosmeticaleveranciers. Leveranciers die je heel graag te woord staan, gericht zijn op de Nederlandse markt en op jou als beautyspecialist. En niet alleen dat, ook hun voorwaarden en aanbod is veel interessanter dan in het buitenland. Geen gedoe met BTW, maar daarentegen geweldige ondersteuning, trainingen, Nederlandse vertalingen en ga zo maar door. Waarom ver weg zoeken wat er dichtbij ook is? Volgens mij gooien we dan onze eigen glazen in. Wanneer het 'zoeken' in het buitenland een trend wordt, wat zal er dan van onze 'eigen' beurs overblijven?



Aletta de Rooij,
Businessinspirator &
Saloncoach Partners
in Crème