

INTERVIEW



Aletta de Rooij coacht en geeft masterclasses aan schoonheidsspecialisten. Ze valt op door haar warme, persoonlijke en frisse aanpak onder andere op Social Media en tijdens haar masterclasses. De manier waarop ze aankijkt tegen ondernemen en het creëren van klanten en verkoop werpt zijn vruchten af bij haar klanten. Van alle markten thuis, een topondernemer en echt mensen-mens.

FOTOGRAFIE VOOR VROUWELIJKE ONDERNEMERS
I ♥ BEAUTY, SKINCARE, FASHION, TRAVEL,
INTERIEUR & FOOD

Hoe is Partners in Crème ontstaan?

Leuke vraag Miranda, want dit verhaal kent eigenlijk bijna niemand. Partners in Crème was in eerste instantie namelijk een consultancybedrijf. Onder andere als schoonheidsspecialiste, verkoopster, accountmanager, trainster en als coach heb ik alle kanten van de toonbank wel gezien in deze branche.

Als schoonheidsspecialiste gaf ik workshops met een cosmeticaproduct dat in 2012 onverwachts van de markt verdween. Dat was schrikken, zeker toen 6 weken later mijn toenmalig echtgenoot de stekker uit het huwelijk trok. Dan sta je letterlijk en figuurlijk in alles met lege handen. Een baan zoeken is dan het eerste wat in je op komt, maar als zelfstandig ondernemer paste dat niet bij mij. Ik besloot consultant voor de cosmeticabranche te worden. Zet me maar ergens neer, op een beurs, in een salon, als interimmanager of vertegenwoordiger, dat komt wel goed. Een soort partner in crème zeg maar. Vandaar de naam Partners in Crème.

Al heel snel vond ik een hele grote opdrachtgever, een farmaceutisch bedrijf met een cosmeticatak. Daar waren veel mogelijkheden; beurzen, trainingen, advisering en kon het product nog zelf verkopen, ik had tenslotte nog steeds een klantenbestand. Om die reden vroeg ik een oud-collega als compagnon mee te werken. Met z'n tweeën kun je veel meer aan. En binnen enkele maanden was de omzet door intern in het bedrijf enkele workshops te geven met 40% gestegen. Echter ook dit bedrijf besloot te stoppen met cosmetica. En toen ging bij mij het roer om. Als we een producttraining gaven aan schoonheidsspecialistes gingen zij altijd stuitend van enthousiasme naar huis. Enthousiast over het merk en de producten die ze al jaren op de plank hadden staan. Maar later bleek dat ze eigenlijk geen klanten hadden of het moeilijk vonden producten te verkopen.

Dit werd de nieuwe visie: Business in Beauty; Meer klanten en omzet voor schoonheidssalons met de schoonheidsspecialistes zelf als 'partners in crème'.

"Er is veel veranderd in de manieren waarop er anno nu gewerkt wordt, het aankoopgedrag van de consument, social media enzovoorts"

Zonder thuisgebruik van (alle) producten is het water naar de zee dragen op het gebied van huidverzorging/huidverbetering.



Hoe ben je expert geworden in jouw vakgebied en waar haal je je inspiratie vandaan?

Expert word je door doen, leren, niet opgeven en jezelf blijven ontwikkelen. Dat doe ik al 30 jaar. Een grote leerschool is de tijd dat ik workshops gaf en hierin anderen ook coachte. "Practice what you preach". Ik leerde tijdens mijn eigen workshops het geheim van aantrekkelijk zijn voor klanten en comfortabel kunnen verkopen. Ontwikkelingen staan echter niet stil. Kijk alleen al naar de veranderingen de afgelopen jaren in de cosmeticabranche en Social Media. Zelf word ik ook gecoacht, en ga naar presentaties van inspirators. De afgelopen 5 jaar hebben in het teken van ontwikkeling gestaan. Hierin op alle vlakken ontzettend veel trainingen gevolgd, zelfs in Londen en Finland het afgelopen jaar. Alles wat ik zelf leer geef ik ook weer door.

Wat mag er absoluut niet ontbreken in de stappen van de zichtbaarheid voor de ondernemer?

Je eigen passie. Passie is een woord wat te pas en onpas wordt gebruikt. Maar passie is voornamelijk gevoel. Wat vind je fijn, wat vind je het allerleukst om te doen? Voor veel schoonheidsspecialistes is dit vak een passie. Maar zie je het niet terug in hun uitingen en aanbod. En dan rolt het niet. Mijn passie is om hen hierin te inspireren, hoe ze met hun eigen identiteit en specialiteit klanten en omzet kunnen creëren. "Jouw passie hoor en voel je door de telefoon heen" is wat ik regelmatig hoor. En dat is het mooiste wat je kunt horen. Want zo voel ik het ook.

Welk beautyritueel is jouw favoriet?

Je verwacht nu vast dat ik een heerlijke behandeling opnoem. Daarin kan ik eigenlijk niet kiezen. Ik ben fan van bindweefselmassages, sommige apparatuur en diepgaande behandelingen. Maar dit alles valt of staat met je beautyritueel thuis. Hier ben ik heel trouw in. Elke ochtend en avond, al kom ik midden in de nacht thuis, dan volg ik de 5 stappen; cleanser, tonic, serum, dag- of nachtcrème en oogcrème. En ook nog eens aangevuld met nutricosmetics.

Is er veel veranderd op het gebied van schoonheid en uiterlijke

verzorging/huidverbetering de afgelopen jaar?

Ja, er is heel veel veranderd. Huidverzorging is huidverbetering geworden. Maar dit is niet alleen een naamswijziging. Daar komt nog wel wat bij kijken. Dit verlangt een andere benadering naar klanten, andere behandelingen en producten. Wat mag een klant van de schoonheidsspecialist verwachten en wat mag de schoonheidsspecialist van de klant verwachten? Verder zijn we ook in afwachting van ontwikkelingen in de Tweede Kamer over wat een schoonheidsspecialiste mag uitvoeren en wat de taak van een huidtherapeut is.

Wat zou je andere vrouwen die net hun business starten willen meegeven?

Als schoonheidsspecialist (maar elke andere ondernemer ook) kom je niet weg door enkel je vak te beheersen. Je moet ook nog eens ondernemen. Hier komt veel bij kijken. En tijdens de opleidingen wordt hier nauwelijks aandacht aan gegeven. En dan hebben we het nog niet eens over personeel. Vaak wordt er geïnvesteerd in het vak, nog meer specialisaties (is het dan nog een specialisatie?) en producten. Begin bij de basis. Leer hoe je aan klanten komt en hoe je je diensten en producten verkoopt. Ik zie veel ondernemers tobben, blijven tobben omdat ze niet durven te investeren in persoonlijke ontwikkeling. Kijk om je heen. Wie zie je groeien? Dit zijn niet de ondernemers met een nieuw product maar de ondernemers die eerst investeren in ontwikkeling van zichzelf en het bedrijf.

Aletta, wat is jouw belofte aan de klant?

Mijn belofte is dat ik mijn klanten meeneem op 'reis'. Tijdens deze persoonlijke ontwikkelingscursus leer ik ze op een hele andere manier naar hun salon, klanten en business te kijken. Hierdoor gaan ze werken op de manier die het dichtst bij hen zelf ligt en ze het allerleukst vinden om te doen. Dit is voor iedereen uniek, en gaat de wet van de aantrekkingskracht gelden hetgeen resulteert in nieuwe klanten en meer verkoop.

Hoe ziet dit er in de praktijk uit?

De grootste stappen maakt een specialist met coaching. De meeste veranderingen vergen tijd. Vandaar half jaar coachingstrajecten. Tijdens deze trajecten hebben we intensief contact middels Skype of FaceTime en bezoek ik de salon. Als geen ander heb ik ervaren dat wanneer er maar één iemand is die in je gelooft en je de spiegel voorhoudt, je laat zien wat je zelf niet ziet, je stuurt en stretcht, je het mooiste uit jezelf kunt halen en gaat groeien. De plaatsen voor personal coaching zijn daardoor beperkt.

Hoe zie jij de toekomst met Partners in Crème?

De nadruk komt te liggen op personal coaching met ambitieuze beautyspecialisten. Business in Beauty in samenwerkingen met partners, cosmeticabedrijven, brancheorganisaties, media enzovoorts. Niet alleen in Nederland en België, maar ook daarbuiten. Ik zie mezelf naar de moederbedrijven in het buitenland vliegen om daar presentaties en trainingen te geven aan hun klanten. Ik ga alvast vertalen...;-)!



Lijkt het jou ook leuk om in de spotlight te staan op de website en social media kanalen van Lightcatch? Miranda laat jou graag shinen. Of wil je je eigen magazine? Check de website en laat je gegevens achter.

www.photographyandchampagne.com/letstalk