



5 jaar Partners in Crème

SUCCESVOL IN BUSINESS IN BEAUTY

Dit jaar bestaat het bedrijf Partners in Crème, van Aletta de Rooij, vijf jaar. Na jarenlang in de cosmeticabranche te hebben gewerkt, besloot zij in te springen op een duidelijke behoefte: coaching en training van beautyspecialisten. “Want je kan nog zoveel vakkennis hebben, persoonlijke ontwikkeling, je doelen helder hebben, verkoopvaardigheden en andere ondernemer skills zijn essentieel om succesvol te zijn. Zie deze punten stuk voor stuk als een spaak in een fietswiel. Als er een of meerdere spaken ontbreken fiets je met een soort slag in je wiel, dan draait het niet. Het loopt letterlijk en figuurlijk spaak.” Aletta is sinds de start van dit vakmagazine onze vaste columnist en een gewaardeerde collega van ons en van vele schoonheidsspecialisten die zij de weg naar succes heeft gewezen.



Aletta wordt dagelijks bestookt met vragen als: Hoe bereik ik mijn ideale klant? Hoe kan ik meer omzet halen uit mijn salon? Hoe kan ik mijn klanten opvoeden of veranderen? Hoe formuleer ik mijn visie? Hoe bereik ik meer klanten via social media? Hoe moet ik producten verkopen? Hoe zorg ik ervoor dat mijn klanten vervolgsafspraken maken? En sinds de komst van het Corona virus zijn deze vragen alleen maar toegenomen.

“Deze vragen waren er altijd al. Het is niet dat de Corona-crisis deze hulpvragen heeft veroorzaakt. Het is een feit dat wanneer een specialist zich al voor deze periode deze vragen stelde, dat alleen maar is toegenomen, aangevuld met een enorme brok van onzekerheid. Producten verkopen en meer omzet halen is natuurlijk heel lastig als je bestand niet is opgebouwd uit voornamelijk ideale klanten”, aldus Aletta.

Maar het is nooit te laat. Wat in eerste instantie belangrijk is, is mindset. Beslis wat je wilt met je salon en zet hiervoor de stappen. Er is nu tijd voor. Tijd om je te ontwikkelen en tijd om dit uit te werken. Werk AAN het bedrijf wanneer IN het bedrijf beperkt is. Aletta is ervan overtuigd dat iedere specialist meer business uit de salon kan halen. Een beautyspecialist heeft erg veel vakkennis in huis, maar vaak te weinig op het gebied van ondernemerschap en verkoop. Ze begeleidt specialisten hierin als businesscoach en biedt daarnaast ook de online academy, waarmee specialisten leren hoe te groeien met de salon. “Met de door mij aangereikte handvatten en het



Nathalie Verstraelen:
 “Werken in mijn bedrijf deed ik al als een vlijtig liesje. Maar door Aletta die me vooral AAN mijn bedrijf liet werken heb ik echte groei gekregen binnen mijn bedrijf. Mijn omzet is verdubbeld en hierdoor kreeg ik steeds meer zelfvertrouwen. Verkopen voelde eerder als een ‘dingetje’, nu adviseer ik met passie en is verkopen geen issue meer.”

PARTNER IN CRÈME BUSINESS IN BEAUTY BRENGT JOU:

- Je bent een magneet voor de leukste klanten
- Het klantenbestand bestaat nu uit ideale klanten
- Jouw ideale klanten gebruiken de producten thuis
- Verkopen vind je het allerleukst om te doen
- Je ervaart een spectaculaire groei van productverkoop
- De ideale klant kiest de beste behandeling behorend bij haar wensen
- Je voert minder behandelingen uit met meer verdiensten
- Je hebt nu een ‘gezond’ klantenbestand
- Je staat in wijde omgeving bekend als expert in jouw vakgebied
- Je vraagt de waarde passend bij jouw vakvrouwschap
- De klanten ervaren een bezoek aan jouw salon als een beleving
- Mond-tot-mondreclame
- Het ondernemerschap smaakt naar meer
- Persoonlijke groei is businessgroei

inzicht dat de specialisten krijgen in zichzelf en hun bedrijf, creëert iedereen een succesvolle ‘Business in Beauty’; ideale klanten, comfortabel verkopen en groei in omzet.”

Online Academy & Coachen

Wat Aletta leert zijn de pijlers voor een succesvol bedrijf met elkaar in balans te brengen. De eerste is de pijler van het ondernemerschap met visie, missie en financiën. De tweede pijler is die van de vaardigheden. Vaardigheden op het gebied van ideale klanten, verkoop, website en social media. Aletta licht een tipje van de sluier op. “Een manier om meer omzet te behalen is verkoop van producten. De verkoop van een enkel product zet geen zoden aan de dijk voor je omzet, maar ook niet voor het resultaat op de huid van de klant. Het resultaat wordt behaald met minimaal vijf producten. Producten waar wij zelf niet over nadenken en elke ochtend en avond braaf gebruiken. Een cleanser, tonic, dagcrème, nachtcrème en serum. En velen denken dan, hoe krijg ik nu vijf producten aan mijn klanten verkocht? Maar dat is heel simpel. Het is een deel van jouw behandeling om het gewenste resultaat te bereiken. Wil een klant dit niet? Dan is het niet jouw ideale klant. Dit is natuurlijk simpel gezegd, maar in de Academy wordt al snel duidelijk hoe je dit voor elkaar krijgt zonder dat je een klant iets aansmeert. Je hebt toch niet voor niets een kast vol producten in je salon staan?”

Er zijn nog veel meer mogelijkheden om een succesvolle salon te bereiken. Denk eens aan workshops. “Workshops geven is geen must, maar wel een fantastische tool om klanten aan te trekken en het helpt om meer te verkopen. Je kunt nieuwe en bestaande klanten op een andere manier kennis laten maken met jou als specialist, de salon en het merk wat je voert. Wat je je niet realiseert is dat voor veel mensen een bezoek aan een schoonheidssalon nog een drempel is. Nu kun je ze dus op een andere manier naar de salon zien te trekken.” Aletta leert je deze workshops te geven met behulp van templates die je kunt gebruiken en tools zodat het niet slechts een gezellige theebrans wordt. Omzetten van € 1.000 voor een workshop zijn geen uitzondering.

Be yourself

Aletta ziet op social media regelmatig vragen van specialisten voorbijkomen die gesteld worden aan collega specialisten. Maar er is een vraag die zij niet begrijpt. “Dat is de vraag: ‘Ik zoek een nieuw merk. Welk merk moet ik kiezen voor mijn salon?’ Natuurlijk kun je ervaringen vragen over een bepaald merk aan collega schoonheidsspecialisten. Maar je moet jezelf de vragen stellen: wat wil ik bereiken, wat voor soort merk zoek ik, wat past bij mij, wat past bij mijn klanten, waar moet het aan voldoen? De ‘waarom’ vraag is het allerbelangrijkst. Waarom kies JIJ voor een bepaald merk. En dan kom je natuurlijk niet weg met het antwoord: omdat mijn collega’s daar enthousiast over zijn. Wat is jouw visie? Waar sta jij voor? Als je antwoord hebt op deze vragen, dan kun je op zoek gaan naar een merk dat bij je past. Wanneer deze vraag zich voordoet begeleid ik hier ook in. En ik merk dan dat ze



Marianne Hartman:
 “Partners in Crème brengt jou in actie. Met haar persoonlijke benadering en trainingsprogramma houdt Aletta je een spiegel voor waardoor je inzicht krijgt in jouw specifieke pijnpunten in je bedrijfsvoering. Aletta inspireert, deelt kennis en ervaring, heeft humor, en haalt in jou ‘de ondernemer’ naar boven. Met als resultaat dat ik de behandelaanpak veranderd heb, de vruchten pluk van een nieuwe website, een nieuw merk geïntroduceerd heb, meer omzet realiseer en vooral met meer plezier mijn klanten begeleid naar een stralende huid!”



Sandra Nijland:
 “Aletta laat je vertellen en luistert goed, waardoor je de richting kiest die bij je past. Het advies van Aletta lijkt soms heel klein, maar als je er goed naar luistert en handelt, zijn de gevolgen heel groot en gebeuren er bijzondere dingen. In een jaar is er voor mij heel veel positief veranderd en nog steeds ben ik aan het groeien, zakelijk en prive!”



Jeanine van Rossum:

“Na het voltooien van de voltijdsopleiding huidtherapie, was ik blij dat het me gelukt was mijn bedrijf overeind te houden. Nu stond ik voor de opgave om die extra kennis en kunde daadwerkelijk te gelde te maken. Daar ben je tenslotte ondernemer voor. Hierbij heeft Aletta me doordrongen van het belang van vindbaarheid en zichtbaarheid. Het was echt een klus om dit goed op de rit te krijgen, maar deze inspanningen betalen zich nu uit. En dan heb ik tot nu nog maar een deel van de adviezen van Aletta opgevolgd en geïmplementeerd. Warm aanbevelen!”



Priscilla Reijnders:

“Aletta heeft mij met een andere blik naar mijn salon laten kijken. Hierdoor is mijn mindset veranderd en heb ik in 2019 een omzetsijging van 20% gemaakt! Ik ga graag met haar verder om de puntjes op de i te zetten. Ik ben heel tevreden over het resultaat wat ik tot nu toe met Aletta heb behaald!”

met heel andere ogen naar bijvoorbeeld een beurs gaan en het antwoord op deze vraag zelf vinden.

Voor een succesvolle ‘Business in Beauty’ moet alles in de salon kloppen. Social media zijn daar tegenwoordig een heel belangrijk onderdeel in. Een social media tip van Aletta: “Zorg dat je niet alleen zendt, maar maak ook contact. Zet er dan ook niet alleen maar acties en aanbiedingen op. Social media gaan om 70% inspireren en je profileren als expert op jouw vakgebied. Wie ben jij als mens en ondernemer? Ik leer de specialist hoe dit te creëren.”

Ideale klant

Alle geheimen om de ideale klant te bereiken, geeft Aletta hier natuurlijk niet weg. Maar toch een tipje van de sluier: “De klanten die je momenteel hebt in jouw salon zijn jouw klanten omdat jij ze hebt aangetrokken. Je hebt ze wellicht al jaren, maar het wil niet altijd zeggen dat ze je ook écht iets opleveren. Het ligt er helemaal aan wat je zelf naar buiten toe uitstraalt en naar buiten toe uitdraagt. In de verkoop of met een eigen bedrijf is het vaak; ‘iedere klant is welkom’, maar is dat wel zo? Welke klant wil jij in jouw salon? Ik zal een voorbeeld geven. Een Chinees restaurant zendt uit dat hij Chinees te eten heeft, dus trekt het mensen aan die trek hebben in Chinees eten. Iemand die friet wil, zal niet snel denken, ik ga naar de Chinees. Dus de vraag is: wat zend jij als schoonheidssalon uit? Dat moet je heel duidelijk doen, want anders bereik je niet jouw ideale klant. Nog een voorbeeld: je wilt je eigenlijk alleen maar focussen op de echte huidverbeteringsbehandelingen. Heb je dan al wel je basisbehandeling van je prijslijst afgehaald? Want is deze echt huidverbeterend? En zo kan ik nog wel meer voorbeelden geven, maar dat is mijn werk. Ik haal naar boven wat een ondernemer wil en dan gaan we samen kijken of de salon en alles eromheen goed is ingericht.” Betekent het dan ook dat je soms klanten moeten laten gaan? “Zeker, ze zeggen niet voor niks, je moet eerst snoeien om te kunnen groeien.”

Garantie heb je nergens

Aletta is ervan overtuigd dat iemand die het coachingstraject doorloopt of de online academy heeft gevolgd, ook daadwerkelijk groeit met het bedrijf. “Ik durf best te zeggen dat mijn diensten de beste investering zijn voor de groei van de salon. Het is een investering die je altijd terugverdient wanneer je de aangeboden stappen opvolgt. Dat is tot nu toe altijd gebleken. Het is een investering die niet wordt ingehaald door nieuwe technieken of modegrillen. Het is een investering die zich jaren zal lonen. Wie mijn gratis e-book downloadt op de website: ‘Hoe groei je met de salon naar een omzet van een ton?’, zal zien dat het echt kan.” Voor wie al met Aletta heeft samengewerkt is er nu ook een vervolgtraject. “Ik ken mijn klanten en hun salon door en door. Ik merk dat er behoefte is aan een sparringpartner die de situatie goed kent. Ik speel altijd in op de behoeftes uit de branche, leg de vinger snel op de zere plek, creëer en inspireer. Ik ga uit van de unieke waarden en talenten van de specialist. Dit haal ik naar boven en zet dit in als vertrekpunt voor de visie van het bedrijf.”



Wendy Meyer - van de Meulengraaf:

“Als nieuwkomer in de branche weet je niet waar te beginnen. Dit is de reden waarom ik gekozen heb voor Aletta de Rooij van Partners in Crème. Zij heeft mij als business- en inspiratiecoach op weg geholpen met mijn nieuw op te zetten bedrijf. Van haar heb ik de tools gekregen en ze heeft met mij meegekeken om een succesvol bedrijf neer te zetten. Nu ruim een jaar later kan ik zeker zeggen dat dit gelukt is! Mijn nominatie voor ‘Newcomer of the Year’ bij de Beauty Award is hier zeker het bewijs van!”