Vakinformatie voor de totale Kappersbranche | Juni 2015 | 13e jaargang no.3 | Prijs € 10,50

de kapper

Tweemaandelijks Vaktijdschrift - Erkenningsnummer (P708170)

ONLINE BOEKINGSSYSTEMEN
KANS OF BEDREIGING?

COVERSTORY
NIEUWE SALONSERVICES MET
COLORPHLEX

SPECIAL
SALONAUTOMATISERING

ARE YOU READY
FOR HAIRLOXX?

HAIRLOXX PROFESSIONAL HAIREXTENSIONS

5 jaar universitair microscopisch onderzoek naar de ultieme hairextensions heeft geleid tot de ontwikkeling van Hairloxx Professional. Hoogwaardige hairextensions gemaakt van 100% human Indian hair met haarschubben. Voor klitvrije hairextensions die de kleur en vochtbalans behouden. Met 23 kleuren in diverse lengtes kunt u uw klant keer op keer verrassen met een bijzondere look. Hairloxx Professional is voor de zelfverzekerde vrouw die weet wat ze wil!

Naast hairextensions ontwikkelt Hairloxx Professional ook kappersproducten waaronder tools en een complete haarverzorgingslijn.

Ervaar wat Hairloxx Professional voor u kan betekenen. Bel met Hairloxx Professional: +31 (0)85 7600 820

HAIRLOXX

Professional Hairextensions

Bel voor provincies Zeeland, Noord-Brabant en Limburg:
Rebel Hairstuff, JohnBeerens.com | Edwin Baelemans, T. +31 (0)6 469 199 96 | Patrick van den Hout, T. +31 (0)6 469 199 97

Voor de overige provincies:
Algolweg 18E, 3821 BH Amersfoort | The Netherlands | T. +31 (0)85 760 08 20 | sales@hairloxx.com | www.hairloxx.com

Bel voor België: Funcky Hairstuff, JohnBeerens.com | Ronald Mommers, T. +32 473 123 619

Vakinformatie voor de totale kappersbranche

Verantwoordelijke uitgever Nederland:
GPmedia BV
Van Schaeck Mathonsingel 8
6512 AP Nijmegen, The Netherlands
Telefoon: +31 (0)24 3246146
Telefax: +31 (0)24 3246144
E-mail: info@gpmedia.nl
Internet: www.gpmedia.nl
www.dekapper.biz

Verantwoordelijke uitgever België:
De Mey Micheline
Eekhoutdriesstraat 67
9041 OOSTAKKER (B)

Uitgever:
Peter Peeters

Redactie:
Jos Kennis (hoofdredacteur)
j.kennis@gpmedia.nl

Advertentieverkoop:
GPmedia BV
Gerdo van de Peppel (verkoopleider)
g.peppel@gpmedia.nl
Jeroen Koebrugge (media-adviseur)
j.koebrugge@gpmedia.nl
Tarieven op internet: www.gpmedia.nl

Alle orders worden afgesloten en uitgevoerd conform de Regelingen voor het Advertentiewezen, gedeponeerd ter griffie van de Arrondissementsrechtbanken en bij de Kamers van Koophandel.

Abonnementen:
www.gpmedia.nl
of via info@gpmedia.nl
Per jaar in Nederland € 42,-
Per jaar in Europa € 51,-
Losse verkoop € 10,50

Het abonnement kan elk gewenst moment ingaan.

Vormgeving:
Studio Intensive
Telefoon: +31 (0)24 3246140
info@studio-intensive.com
www.studio-intensive.com

Druk:
Geers Offset (België)

ISSN:
1872-9363

© Copyright 2015
Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie microfilm of welke andere wijze dan ook, zonder voorafgaande toestemming van de uitgever.

De Kapper besteedt de grootst mogelijke aandacht aan de juistheid van de informatie die in het vaktijdschrift wordt opgenomen. Fouten zijn echter niet volledig uit te sluiten. De uitgever en de auteurs zijn dan ook op geen enkele wijze verantwoordelijk voor schade, van welke aard ook, die is ontstaan als gevolg van handelingen en/of beslissingen die gebaseerd zijn op de bedoelde informatie.

De Visie

Als ondernemende kapper bent u voortdurend op zoek naar nieuwe manieren om uw klanten te verrassen, uw salon onder de aandacht te brengen en nieuwe klanten binnen te halen. Een relatief nieuwe manier om dit te doen is door gebruik te maken van online boekingssystemen, die de laatste jaren als paddenstoelen uit de grond zijn geschoten.

Inmiddels wordt het steeds duidelijker welke van deze systemen de overhand krijgen, het meest worden gebruikt door consumenten en de meeste klanten doorspelen naar de salons. Een systeem dat hier zeker toe behoort is Treatwell en - eerlijk is eerlijk - bij het schrijven van een artikel over dit online boekingssysteem (u vindt het elders in deze uitgave) viel ik bijna van m'n stoel. Waarom? Treatwell bestaat nog geen twee jaar, maar telt inmiddels honderdvijftig medewerkers, heeft kantoren in Amsterdam en Berlijn en is goed voor bijna een miljoen euro aan geboekte behandelingen per maand. Ook indrukwekkend is het cijfer van drie- tot vierhonderd Nederlandse salons die zich maandelijks als nieuwkomer aanmelden. Mocht u alle klanten hebben die u wilt hebben, doe dan vooral niets. Maar mocht u de wens van meer en betere klanten hebben en nog niet gebruikmaken van online boekingssystemen, dan is het wellicht raadzaam om het bestuderen en vergelijken van de verschillende systemen hoog op uw prioriteitenlijst te zetten. Veel van uw concurrenten hebben dit al gedaan, dus er is wat dat betreft eigenlijk geen tijd te verliezen.

Online boekingssystemen mogen hoog op uw prioriteitenlijst staan

En wanneer u zich dan toch aan het verdiepen bent in de wereld van de online boekingen, dan is Treatwell een uitgelezen kans om even een kijkje te nemen bij uw collega's. Dat mag u behoorlijk letterlijk nemen, want selecteer een willekeurige stad op de site of in de app, zoek naar kappersbehandelingen *et voilà*: een lijst met deelnemende salons verschijnt op uw scherm met daarbij interieurfoto's en informatie over behandelingen, prijzen en ga zo maar door. Zeer waardevolle informatie om eens doorheen te scrollen alvorens de vraag te stellen of uw salonconcept nog helemaal up-to-date is.

Vernieuwing op z'n tijd is niet alleen belangrijk voor u als kapper, maar ook voor ons als makers van vaktijdschriften. De afgelopen maanden heeft ons team hard gewerkt aan een frisse nieuwe vormgeving die we met deze uitgave graag aan u presenteren. De eerstvolgende uitgave van De Kapper is 'the september issue' met daarin veel nieuwe herfst/wintertrends, maar voor het zover is wens ik u een mooie, lange en warme zomer toe!

Jos Kennis

Hoofdredacteur

P. 10 Interview An D'hont
Een jaar geleden werd An D'hont aangesteld als de nieuwe Country Manager van Pro-Duo in Nederland. In een uitgebreid interview gaat An vooral in op de ambitieuze doelstellingen van het bedrijf voor de komende jaren en geeft ze antwoord op de vraag hoe het is om te werken concern dat met vierduizend (!) winkels de grootste leverancier van kappers- en beautyproducten ter wereld is.

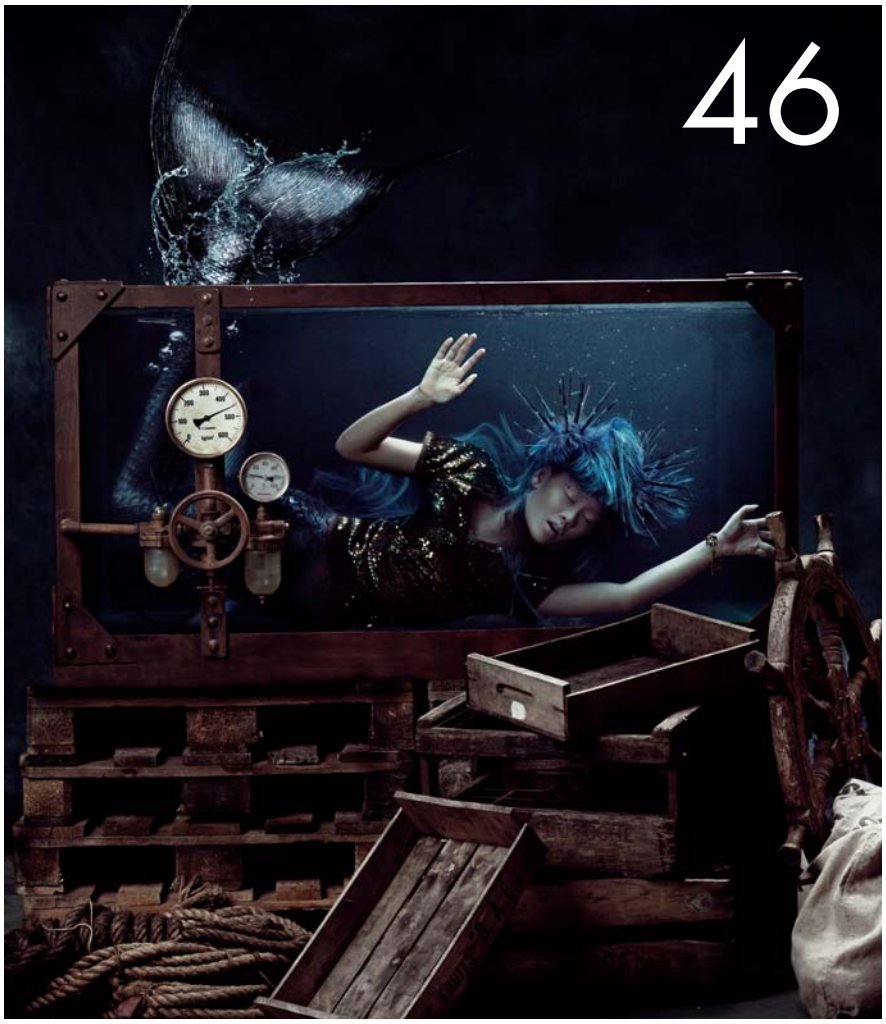
P. 45 Lancering Diva Professional in Nederland
Diva Professional Styling is een kappersmerk uit Londen dat in de UK en vele andere landen al zeer succesvol is. Ruud Boshuyzen en Astrid van Gool introduceren het merk nu in Nederland.

P. 28 t/m 35 Special salonautomatisering
Het viel de redactie op dat er de laatste weken veel nieuws is over automatiseringssystemen voor in de salon. Veel kappers kunnen hun bedrijfsresultaat verder verhogen door hier intensiever gebruik van te maken. We hebben dus snel geschakeld en een special over dit thema samengesteld. Verder schenken we in deze special ook aandacht aan online boekingssystemen, die nieuwe klanten naar uw salon kunnen brengen maar hier ook een deel van uw omzet voor terug willen zien.

P. 15 Nieuwe website Guy Sarlemijn Design
Afgelopen maand is GuySarlemijn.com 'live' gegaan. Op deze site vinden kappers volop informatie over de werkwijze van deze interieurspecialist alsmede een groot aantal inspirerende projecten.

P. 49 Salon X: De Rooij Hair & Beauty
Patrick en Patricia de Rooij, eigenaars van De Rooij Hair & Beauty uit Vaassen, vertellen over ondernemen in de kappersbranche en hun succesvolle samenwerking met het huidverzorgingsmerk Beauty by Dorien

P. 26 Coverstory
Sinds enkele maanden is er veel te doen over haarversterkers. Dat is begrijpelijk, want ontkleuren of blonderen kan de kwaliteit van het haar sterk beïnvloeden en haarversterkers beloven definitief een einde te maken aan dit effect. Sterker nog: de meeste merken garanderen dat de haarkwaliteit tijdens een dergelijke behandeling aanzienlijk verbetert wanneer het betreffende haarversterkende product wordt gebruikt. Wie denkt dat dit in alle gevallen mooie marketingpraatjes zijn, heeft het mis. Het merk ColorpHlex is namelijk grondig tegen het licht gehouden door het gerenommeerde en onafhankelijke onderzoeksbureau TRI Princeton met als conclusie dat ColorpHlex het haar tot vier keer sterker maakt.



P. 46 'Mermaids'-fotoshoot is van een betoverende schoonheid
Met haar fotoserie Mermaids werd Mariska de Jong genomineerd voor een Coiffure Award. In de categorie Avant Garde won ze uiteindelijk een tweede prijs. Vanwege de betoverende schoonheid van de shoot en het bijzondere verhaal achter de serie plaatsen we deze graag in de spotlights!

DELIVERING BEAUTY
JOHNBEERENS.COM

ALS HAARSTYLIST
KOOP JE DEZE MERKEN
EXCLUSIEF OP
JOHNBEERENS.COM

NEWSHA
PRIVATE HAIRCARE

3DeLuXe
professional

Argan Velvet™

MENROCK

waterclouds

Vitality's – WehO texturizing spray & wax spray matt

'WehO' is de belangrijkste stylinglijn van het Italiaanse kappersmerk Vitality's. Binnen deze lijn zijn onlangs twee producten toegevoegd: een texturizing spray en de 'wax spray matt'.

De nieuwe WehO texturizing spray zorgt gedurende de hele dag voor volume, krachtige versteviging en een natuurlijke valling van het haar. De beste resultaten worden bereikt door het product op nat haar aan te brengen bij de haarinzet.

WehO wax spray matt wordt aangebracht op droog haar waarna het in het gewenste model wordt gebracht. De spray zorgt voor een matte finishing touch en de microfijne spray droogt binnen enkele seconden.

Producten van Vitality's zijn verkrijgbaar bij Happy Hairservice (Rotterdam) en Sarlemijn Kappersproducten en Service (Purmerend & Amsterdam).

Voor meer informatie kunt u ook contact opnemen met de heer Philippe Vanlandeghem (commerciële dienst Vitality's), tel. +32 (0)475 840758.

Pijnloos ontklitten met de nieuwe **Tangle Mouse**

De nieuwe Tangle Mouse is uitermate geschikt om haar pijnloos en gemakkelijk te ontklitten. Het haar wordt niet beschadigd en de borstels zijn geschikt voor alle haartypes. Het vrolijke, opvallende design maakt de borstel tot een musthave voor elke salon.

De Tangle Mouse heeft een antistatisch effect en is geschikt om op droog en vochtig haar te gebruiken. Het design is ontwikkeld in samenwerking met een team van internationale topkappers en heeft iets weg van een computermuis. De ergonomische vorm van deze lichtgewicht borstel maakt dat deze fijn in de hand ligt en geschikt is voor zowel links- als rechtshandige kappers. Met borstelharen in drie verschillen lengtes wordt het ontwarringseffect vergroot. De Tangle Mouse is leverbaar in verschillende kleurcombinaties, inclusief de Black Red Soft Touch Special Edition met een mat rubber finish.

De borstels worden wereldwijd op de markt gebracht door Tangle Mouse International B.V. uit Almere, tel. 036-5363676 en www.tanglemouse.com

Wunderbar lanceert nieuwe lijn permanentproducten

Afgelopen maand heeft Pro-Duo een nieuwe lijn professionele permanentproducten geïntroduceerd als aanvulling op het Wunderbar Professional Hair-portfolio. De nieuwe lijn maakt gebruik van de Triple Wave Technology met amandelproteïne en kationische tenside, die zorgt voor waanzinnige haartexturen alsmede versterking en bescherming van het haar tijdens de behandeling.

Pro-Duo benadrukt dat de nieuwe permanentproducten haarstylisten de mogelijkheid bieden om prachtige en langdurige krullen en golven voor alle haartypes en -lengtes te creëren. Er wordt onderscheid gemaakt tussen drie verschillende productsterktes, te weten: sterkte 0 voor stevig, gezond haar, sterkte 1 voor natuurlijk, normaal haar en sterkte 2 voor gekleurd en gevoelig haar. De nieuwe lijn is verkrijgbaar als een totaalkit met daarin alle benodigdheden voor één behandeling.

Meer informatie en video's met speciale permanenttechnieken zijn te vinden op www.wunderbarhair.com

Complete make-over voor **Ultron**

De kappersapparatuur van Ultron heeft een opvallende nieuwe look gekregen. Zowel het design van de tools als de verpakkingen is daardoor weer helemaal up-to-date.

Met het nieuwe design wordt de kwaliteit van het professionele elektromerk onderstreept. In het assortiment haardrogers en stijltangen zijn nieuwe trendy kleurtjes geïntroduceerd. Volledig nieuw in de reeks tondeuses en trimmers is de elegante VSX Glam Edition. Dit krachtige, snoerloze model is voorzien van een instelbare kniphoogte, een snijkop van zwart keramisch roestvrijstaal en een accu die tot vier uur achtereen zijn werk doen zonder op te laden. De VSX is beschikbaar in zwart gecombineerd met zilver of in wit gecombineerd met goud.

Een Ultron-product dat al langer bestaat (en tot de meest verkochte items binnen het assortiment behoort) is de Tulip Curler. Deze zorgt in een handomdraai voor prachtige krullen en is nu ook van een eigentijds nieuw uiterlijk voorzien.

De kappersapparatuur van Ultron is verkrijgbaar bij de betere kappersgroothandel. Meer informatie vindt u op www.ultrononline.com

Cisoria by Sibel biedt comfort en creatieve vrijheid

Als professionele en creatieve haar-artiest heb je de juiste tools nodig. Om die reden heeft Sibel de kappersscharenlijn 'Cisoria' ontwikkeld, die kortgeleden op de markt is gebracht. De scharen zijn het eindresultaat van voortdurende productinnovatie en jarenlange ervaring. Het resultaat: scharen die de kapper comfort bieden en de creativiteit op geen enkele manier in de weg staan.

Sibel benadrukt dat het merk de professionele kapper altijd in gedachten heeft gehad bij de ontwikkeling en productie van de Cisoria-scharen. Op dit moment zijn er elf verschillende modellen, die echter ook bepaalde overeenkomsten hebben. Zo zijn alle modellen voorzien van:

- Teflon strips die het openen en sluiten van de schaar versoepelen (en de levensduur verlengen)
- een ergonomisch design om de kans op lichamelijke klachten te minimaliseren
- convex en hol geslepen snijbladen, onmisbaar voor sliding, slicing en point cutting
- een platte, verstelbare schroef voor de juiste spanning
- een verwijderbare pinksteun
- een geluidsdempend blokje tussen de vingerogen

Verder is de volledige collectie gemaakt van speciaal Japans roestvrij staal, dat garant staat voor langdurige scherpte en een maximale levensduur. Van de elf verschillende modellen verdient de schaar 'Series OE' speciale aandacht. Door het lichte gewicht is deze vooral populair bij vrouwen. Bijzonder is ook de OX625, die door de extra brede bladen en een speciale slijptechniek bij uitstek geschikt is voor het slicen van nat of droog haar.

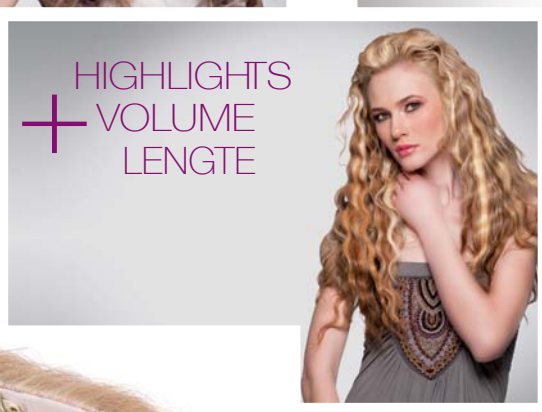
Een laatste kenmerk waarmee Cisoria zich onderscheidt is de luxe houten box en de mogelijkheid om de schaar (met het unieke serienummer) te registreren op de website, waardoor de garantie in werking treedt. De Cisoria-scharen zijn verkrijgbaar bij de betere kappersgroothandel. Voor meer informatie en verkoopadressen ga je naar cisoria.com.

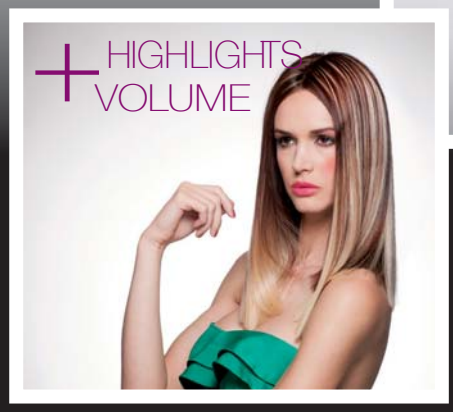
JUST TEMPLE REMY HAIR

SEISETA

KLEUR, VOLUME & LENGTE

ONZICHTBARE CLIP-ON





Ontdek meer over Seiseta

MADE IN ITALY

EURO☆SOCAP®
HAIR EXTENSION

Tel. 0475-342903 - info@eurosocap.nl - www.eurosocap.nl

KLEUR - HIGHLIGHTS - OMBRE EFFECT
DIRECT OP DE AANZET

- SNEL - MAKKELIJK - HERBRUIKBAAR
- ONZICHTBAAR
- RISICOLOZE KLEURMETAMORFOSE
- 35 KLEUREN
- 50/55 cm

Fotografie: Maaike van Esch

Een jaar geleden werd An D'hont aangesteld als de nieuwe Country Manager van Pro-Duo in Nederland. Met 28 vestigingen, 22 eigen merken en een assortiment van ruim tienduizend professionele kappers- en beautyproducten is dit bedrijf de grootste leverancier van ons land. Aangezien An eindverantwoordelijke is voor alles wat er bij Pro-Duo gebeurt voor wat betreft de Nederlandse markt, betekent dit ook dat zij in ons land zonder twijfel één van de meest invloedrijke personen binnen de sector is. In een uitgebreid interview op het Pro-Duo-hoofdkantoor in Eindhoven gaat An vooral in op de ambitieuze doelstellingen van het bedrijf voor de komende jaren en geeft ze antwoord op de vraag hoe het is om te werken voor een beursgenoteerd Amerikaans concern dat met 4800 (!) winkels de grootste leverancier van kappers- en beautyproducten ter wereld is.

Hoe heeft uw loopbaan er tot nu toe uitgezien? Hoe bent u in de kappersbranche terecht gekomen?
"Na de afronding van een studie Handelswetenschappen in Brussel heb ik in Gent een master in General Management behaald aan de Vlerick Business School. Vervolgens heb ik ruim drie jaar voor Ernst & Young gewerkt. Zes jaar geleden werd ik door Peter van Speybroeck, de toenmalige CEO van Pro-Duo, benaderd met de vraag of ik voor zijn bedrijf wilde komen werken. Ik ben toen gestart als Financial Group Controller in het Gentse hoofdkantoor. Pro-Duo was toen net een jaar in handen van het Amerikaanse Sally Beauty Holdings (SBH). Ik richtte me toen op de landen België, Frankrijk, Spanje en Duitsland. In 2011 werd ik Financial Group Manager en in november volgde de overname van Kappersservice Floral, de exclusieve distributie van het merk Joico en de Hairzone retailwinkels in Nederland. Deze kwamen allemaal onder de vlag van Pro-Duo en die hele overname is mede door mij uitgevoerd, wat natuurlijk een veelomvattende maar ook heel mooie opdracht was en voor mij de eerste kennismaking met een prachtig Nederlands bedrijf."

"Doorgroeien naar ruim vijftig Pro-Duo-vestigingen in Nederland is een belangrijk doel voor de komende jaren"

"In 2012 landde ik in Eindhoven als Business Unit Manager voor de Hairzone-winkels. Na een jaar werd ik verantwoordelijk als Store Director voor zowel de kappersgroothandels als de consumentenwinkels. Eind 2013 werd het mijn taak om ervoor te zorgen dat Kappersservice Floral en Hairzone als het ware werden 'omgezet' naar de Pro-Duo-formule. Alle vestigingen werden geïntegreerd en moesten bijvoorbeeld dezelfde uitstraling en huisstijl krijgen, gelijkgeschakeld worden wat betreft het assortiment en ga zo maar door. Daar kwam nog bij dat in diezelfde tijd de vestigingen van Knegtel Hair & Beauty werden overgenomen, dus ook deze groothandels moesten worden omgezet naar het Pro-Duo-concept. Deze maand worden de laatste drie vestigingen verbouwd, waarna alle 28 vestigingen in Nederland dezelfde inrichting, uitstraling en huisstijl hebben. Verder staan er deze zomer nog twee openingen gepland, te weten in Enschede en Leiden."

Sinds juli 2014 bent u de nieuwe Country Manager van Pro-Duo in Nederland. Hoe is het eerste jaar in deze functie u bevallen?
"Uitstekend. In het afgelopen jaar is er op managementniveau veel veranderd. Zowel Pro-Duo België als SBH kreeg een nieuwe CEO. Afgelopen jaar is het vooral mijn taak en doel geweest om rust te creëren en het bedrijf te stabiliseren. Vanaf volgend kwartaal wil ik weer vooruit en nieuwe stappen zetten om te kunnen groeien."

En aan welke stappen zit u dan te denken? Wat zijn de ambities van Pro-Duo in Nederland voor de komende jaren?
"Er zijn verschillende doelen en voor ieder doel geldt dat we de lat behoorlijk hoog leggen. Met uitzondering van de Ardennen is het in België momenteel zo dat bijna iedere kapper, in welke stad of dorp ook, op maximaal dertig minuten rijden terecht kan bij een Pro-Duo-vestiging. Deze landelijke dekking willen we ook in Nederland realiseren. Dat is nog een stevige klus, want in de praktijk betekent dit dat we moeten doorgroeien naar vijftig tot zestig Nederlandse vestigingen. Voor heel Europa is het doel om van de huidige 193 vestigingen door te groeien naar zes- tot achthonderd vestigingen en dat is inclusief vestigingen in landen waar we nu nog niet actief zijn."

"Een ander belangrijk doel is dat we de keuzevrijheid van onze klanten verder willen optimaliseren en dan heb ik het vooral over de manier waarop zij hun aankoop doen bij Pro-Duo. Mijn visie is om de klant te allen tijde centraal te stellen. Het is voor mij heel belangrijk dat de klant zelf kiest via welk kanaal hij of zij bij ons koopt. Momenteel hebben onze klanten de mogelijkheid om producten in één van de winkels aan te schaffen, een bestelling te plaatsen bij één van onze vertegenwoordigers of een bestelling telefonisch door te geven. Wanneer een bestelling voor 19.00 uur bij ons binnen is, heeft de klant het product de volgende dag in huis. In ons logistiek centrum wordt tot 22.00 uur doorgewerkt. Komend jaar komt er een vierde mogelijkheid bij, namelijk het bestellen via onze webshop. Tegelijkertijd blijven we veel waarde hechten aan persoonlijk contact met de salons die klant bij ons zijn. Daarom willen we ons team van vijftien Pro-Duo- en zeven Joico-vertegenwoordigers verder uitbreiden."

Pro-Duo maakt deel uit van het concern SBH uit Texas. Hoe bevalt het u om samen te werken met een Amerikaanse directie?
"Het heeft voor- en nadelen. Het grote voordeel is dat we een sterk en financieel zeer daadkrachtig concern achter ons hebben staan, waardoor er volop middelen zijn om projecten van de grond te krijgen. Ook beschikt SBH over een enorme ervaring doordat ze wereldwijd duizenden winkels hebben. Hun kennis staat ons ter beschikking en daar doen we uiteraard ons voordeel mee. Het gegeven dat

SBH beursgenoteerd is, maakt het soms wel lastig. In de praktijk betekent het dat we afhankelijk zijn van de wens van de aandeelhouders."

De vraag is u waarschijnlijk al vaak gesteld, maar wij stellen hem toch nog een keer: hoe voorkomt Pro-Duo dat het bedrijf een rechtstreekse concurrent van de kapper wordt op het gebied van productverkoop? Per slot van rekening verkoopt Pro-Duo niet alleen aan salons, maar ook aan consumenten.
"Daarvoor hanteren we een glashelder prijzensysteem wat het voor onze klanten heel duidelijk en overzichtelijk maakt. Professionele kappers en schoonheidsspecialisten zijn onze belangrijkste klantgroep en dat zal ook altijd zo blijven. Professionele klanten krijgen een klantenpas, waardoor ze producten kunnen inkopen tegen een professioneel prijsniveau. Ook kappersleerlingen kunnen zo'n pas aanvragen. Consumenten zijn bij ons ook welkom, maar zij betalen de consumentenprijzen die gelijk liggen aan de geadviseerde verkoopprijzen voor salons. Zoals gezegd starten we komend jaar met e-commerce en uiteraard blijven we ook via dit kanaal streng onderscheid maken tussen de prijs die kappers betalen en de prijs die consumenten betalen."

"Mijn visie is om de klant te allen tijde centraal te stellen. Het is voor mij heel belangrijk dat de klant kiest via welk kanaal hij of zij bij ons koopt."

De kappersbranche is voornamelijk een vrouwenbranche. Toch is het aantal vrouwelijke leidinggevenden aan de kant van de leveranciers behoorlijk beperkt. Hoe is het voor u om met al die mannelijke leveranciers zaken te doen?
"Dat bevalt prima! Ik werk graag met mannen. Ze zijn vaak zakelijker en minder emotioneel dan vrouwen en ik ben ook niet anders gewend, want ik heb altijd voornamelijk met mannen samengewerkt. Momenteel is mijn managementteam bijna volledig mannelijk en mijn vertegenwoordigersteam grotendeels. Ik maak er graag tijd voor vrij om met die jongens klanten te bezoeken en tijd door te brengen in onze filialen want op die manier houd ik een goede feeling met de sector en de dagelijkse praktijk waarmee saloneigenaren te maken hebben. Dat is zeer belangrijk om de juiste beslissingen te kunnen nemen."

Het assortiment van Pro-Duo bestaat uit vierendertig eigen en exclusieve merken en een groot aantal 'open brands' die niet exclusief bij Pro-Duo verkrijgbaar zijn. Zijn er op het gebied van de merken nieuwe ontwikkelingen?
"Ja. Kortgeleden hebben we Barnum geïntroduceerd, een compacte lijn bestaande uit een föhn, een stijltang en negentien borstels in het hogere segment. Verder heeft Pro-Duo nu vierendertig merken die exclusief via ons verkrijgbaar zijn. Dat is behoorlijk veel en dit aantal willen we zeker niet verder laten groeien, ook omdat we van die merken het complete assortiment en volledige salonondersteuning willen aanbieden. Hier voeg ik trouwens graag aan toe dat onze verkoopmedewerkers vrijwel allemaal kappers zijn die meerdere keren per jaar getraind worden, waardoor ze altijd een professioneel en deskundig advies kunnen geven."

Kun je tot slot nog iets vertellen over de marketingactiviteiten van Pro-Duo? Hoe worden kappers en beautyspecialisten op de hoogte gehouden van nieuwe ontwikkelingen?
"Dat doen we op vele manieren. Zo versturen we maandelijks een nieuwsbrief naar 37.000 Nederlandse adressen en eens per jaar drukken we de Pro-Duo-catalogus in een oplage van 30.000 stuks. Verder zijn onze website en huisstijl begin dit jaar volledig vernieuwd, bieden we een zeer uitgebreid en gevarieerd educatieprogramma aan en zijn we erg actief op het gebied van evenementen. In april was er bijvoorbeeld een groot Joico-event, in mei was er in Nijmegen een uitgebreide 'look & learn' voor Paul Mitchell-kappers en ik ben er zeker van dat we volgend jaar deelnemen aan The Hair Project in Rotterdam. Verder zijn er veel verschillende evenementen die we in samenwerking met scholen organiseren. Kappersleerlingen zijn de toekomst van de sector, dus we helpen hen graag op weg om een mooie toekomst tegemoet te gaan."

Meer informatie:
Pro-Duo
Tel. 040-2114479
www.pro-duo.nl

GET THE LOOK
RUSK
gloss wax
RUSK
paste
RUSK
RUSK
fashion+culture+attitude
www.haircare.nl | www.facebook.com/RuskNederland | 013 5719160 | info@haircare.nl

Molding Mud maakt comeback

Op verzoek van velen heeft Sebastian Professional het product Molding Mud opnieuw opgenomen in het stylingassortiment.

Molding Mud is een hermodelleerbare, met vezels verrijkte hybride styler. Met de verbeterde formule modelleer, vorm en draai je elke gewenste haarlook. De 'kneedbare modder' zorgt voor een slordige, op dreadlocks geïnspireerde look. Het product kan zowel op vochtig als op droog haar worden gebruikt. De geadviseerde consumentenadviesprijs is € 22,30.

Meer informatie:
Sebastian Professional
Tel. 010-3009350
www.sebastianprofessional.com

Trinity Event Portugal 2015

Van 19 tot en met 22 september wordt in Porto het Trinity Event Portugal 2015 gehouden. Het kappersmerk laat weten dat dit het meest internationale, verrassende en complete evenement van Trinity haircare tot nu toe gaat worden.

Deelnemers worden getrakteerd op een programma dat inspirerende activiteiten combineert met vrije tijd. Op het programma staan onder meer een port- en wijnproeverij, diners, product- en trendpresentaties en een cruise over de Douro. De eerste twee overnachtingen zijn in het vijfsterrenhotel HF Ipanema Park. Het Trinity European Artistic Team verzorgt het podiumprogramma.

Meer informatie:
Trinity haircare Benelux
Tel. 0485-521333
www.trinity-haircare.nl

Original & Mineral presenteert **Project Sukuroi**

Nieuw bij Original & Mineral is Project Sukuroi, dat door het luxe merk omschreven wordt als de nieuwste generatie smoothing balm die zelfs het meest beschadigde haar weer glad, zacht en glanzend maakt.

Voor dit nieuwe product heeft het creatieve team van O&M zich laten inspireren door Kintsukuroi, een Japanse kunstvorm waarbij beschadigd of gebroken keramiek wordt hersteld en verfraaid. Project Sukuroi doet hetzelfde met het haar en maakt hiervoor gebruik van drie hoofdingrediënten: Gold of Pleasure Oil, macadamia-olie en keratine. Voor alle O&M-producten geldt dat ze geen schadelijke chemicaliën bevatten en 100% recyclebaar zijn. De geadviseerde consumentenadviesprijs van Project Sukuroi (100 gr.) is € 37,50.

Meer informatie:
Original & Mineral Nederland
Tel. 085-7822920
www.original-mineral.nl

DON'T GO BREAKING MY HAIR

ESLABONDEXX™

NIO - PROTECT TECHNOLOGY

MADE IN SWITZERLAND

ESLABONDEXX™

Is een drievoudig synergetisch systeem ontworpen om het haar te beschermen tijdens chemische behandelingen.
Toegevoegd aan het chemisch mengsel creëert het nieuwe "bindingen" en buffert de bestaande. Daardoor wordt het haar elastischer en krachtiger en ziet het er dus beter uit.

BESCHERMING EN VERBAZINGWEKKENDE RESULTATEN DANKZIJ NIO-PROTECT TECHNOLOGY

De actieve bestanddelen van ESLABONDEXX™ dringen diep in het haar dankzij **NIOSOME**, een innovatieve formule die zorgt voor diepe penetratie tot in de haarschors, met de gewenste resultaten als gevolg.

WWW.ESLABONDEXX.NL

ESLABONDEXX Is imported by: HAIR DIVISION - AMBACHTEN 16 - 5711 LC SOMEREN - 0493-495361

GuySarlemijn.com biedt schat aan inspiratie!

▲ *De showroom van Guy Sarlemijn Design in Rotterdam (Van Nelleweg 1, Gebouw 9-Hal D) is iedere maandag (11.00-19.00 u) en twee zondagen per maand (12.00 – 17.00 u) geopend. Ook is het altijd mogelijk de showroom op afspraak te bezoeken*

Kortgeleden heeft Guy Sarlemijn Design een volledig nieuwe website gelanceerd: guysarlemijn.com. Kappers vinden hier volop inspiratie op interieurgebied alsmede informatie over de werkwijze van het bedrijf. "Het doel is altijd om te komen tot een inrichting die het karakter van de zaak en het totale salonconcept versterkt. Dit bereiken we met een duidelijk stappenplan, waarin de wensen van de saloneigenaar en onze jarenlange ervaring gecombineerd worden", vertelt Guy Sarlemijn.

"De nieuwe website heeft vele verschillende segmenten, maar het gedeelte waarin het stappenplan wordt uitgelegd vind ik één van de belangrijkste. We leggen hier uit wat onze werkwijze is en in mijn ogen zegt dit veel over onze professionaliteit."

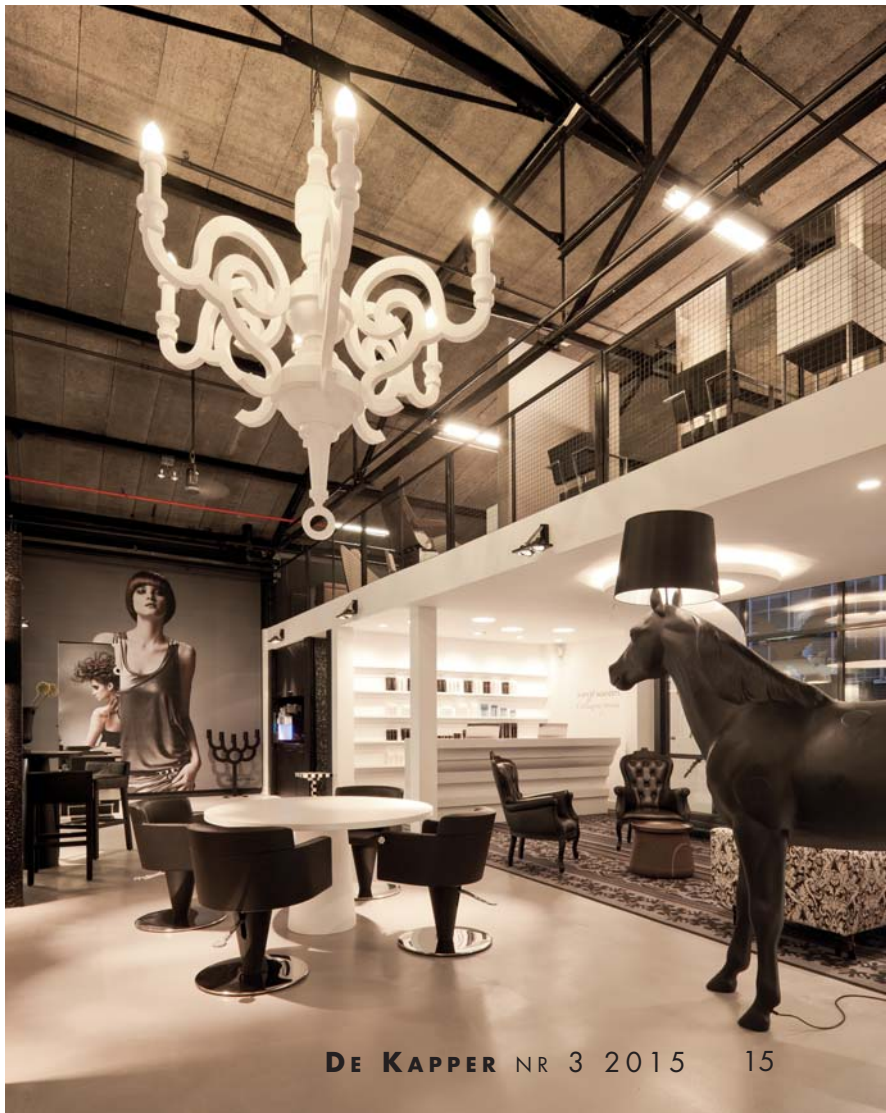
"Om te komen tot een inrichting die werkt in de praktijk, de salon echt naar een hoger niveau tilt en er eenvoudigweg fantastisch uitziet dien je met ontzettend veel dingen rekening te houden. Anders gezegd: je kunt wel een paar nieuwe stoelen en wasbakken in een salon zetten, maar daarmee heb je nog geen inrichting die bijdraagt aan een sterk salonconcept. Bij de ontwikkeling van zo'n inrichting komt veel meer kijken. Guy Sarlemijn Design heeft inmiddels vijfentwintig jaar ervaring op dit gebied, dus we weten waarover we praten en wat de beste manier is om te komen tot een succesvol design binnen de financiële mogelijkheden van de zaak."

"Bij Guy Sarlemijn Design kunnen kappers terecht voor een complete inrichting, maar ook voor kleinere zaken zoals een nieuwe zithoek, een nieuwe presentatiekast of extra verlichting voor een ruimte die dit nodig heeft. Ook bestaat mijn assortiment lang niet alleen maar uit de meest exclusieve designmerken. De 'Plug&Play'-collectie bijvoorbeeld is uitstekend betaalbaar en daarnaast zijn op de website volop aanbiedingen en occasions te vinden. Met andere woorden: ik richt me niet alleen op kapsalons uit het hoogste segment. Ook voor salons uit het middensegment zijn er volop mogelijkheden om te komen tot een interieur waar goed over na is gedacht en dat ook nog eens betaalbaar is."

"Wat voor mij altijd heel prettig werkt, is wanneer een saloneigenaar duidelijk aangeeft wat het beschikbare budget is. Dit stelt mij in staat om een plan te maken dat zo goed mogelijke 'value for money' biedt. Meer of minder maatwerk bijvoorbeeld heeft veel invloed op de prijs. Hetzelfde geldt voor de keuze voor bepaalde materialen, verlichting of meubilair. Maar of het budget nu hoog of bescheiden is: we gaan altijd voor een zo goed mogelijk eindresultaat."

"Afgelopen maand is de nieuwe site gelanceerd. Tegelijkertijd ben ik gestart met een nieuw systeem waarbij ik een bepaald bedrag reken voor een 3D-ontwerp. De hoogte van dit bedrag is grotendeels afhankelijk van de grootte van de salon. In ruil hiervoor ontvangt de saloneigenaar een tegoedbon voor hetzelfde bedrag. Deze kan worden gebruikt om een gedeelte van het project mee te betalen, maar bijvoorbeeld ook voor de aanschaf van een stoel of kapwand. Het voordeel van dit systeem is dat de opdrachtgever een perfect uitgewerkt plan krijgt, maar nog steeds niet de verplichting heeft om met mij in zee te gaan voor de uitvoering. Meer informatie over dit systeem is eveneens te vinden op de nieuwe website!"

Meer informatie: Guy Sarlemijn Design
Tel. 010-3031600, www.guysarlemijn.com



Light Gold

Parlux®

NEW

PARLUX 385

A TOUCH OF LIGHTNESS

VERDELER BENELUX: ARTAX BVBA - INDUSTRIEWEG 122Y - 9032 WONDELGEM - BELGIE - WWW.ARTAX.BE - INFO@ARTAX.BE - T: +32 (0) 9 372 66 89

Yes! Worldwide Salons heeft grote internationale ambities

Na een start in België heeft de kappersformule 'Yes! Worldwide Salons' vijftien maanden geleden ook voet op Nederlandse bodem gezet. Sinds die tijd zijn er 25 salons geopend, waaronder kortgeleden nog in Leiden, Tiel, Schiedam en Hoorn. Deze zomer komen daar nog minstens tien nieuwe vestigingen bij. Over deze snelle expansie en de doelstellingen van de organisatie praten we met commercieel directeur Martijn de Kort.

"Met het Yes!-concept is er in Nederland ruimte voor zo'n honderdvijftig vestigingen, maar het is zeker niet ons belangrijkste doel om dit aantal zo snel mogelijk te halen", vertelt Martijn. "Veel belangrijker vinden we dat de bestaande salons succesvol en rendabel zijn. Tot nu toe lukt dit prima. Kortgezegd richt het Yes!-concept zich op betaalbare luxe en dit sluit naadloos aan op de wens van een brede groep consumenten."

Martijn de Kort

"Het concept van 'betaalbare luxe' vullen we op verschillende manieren in. Voorbeelden hiervan zijn hoge kwaliteit en een 14-dagen tevredenheidsgarantie (ook op producten, *red.*), aandacht voor de klant en luxe interieurs. Verder bieden we onze klanten ruime openingstijden, gemakkelijk toegankelijke locaties en betaalbare prijzen. Medewerkers worden met grote regelmaat getraind, waardoor zij volop mogelijkheden hebben om zichzelf verder te ontwikkelen."

"Behalve de Benelux kijken we zeker ook naar andere landen", vervolgt Martijn. "Hoe dit precies gaat verlopen is op dit moment nog niet duidelijk, maar wel staat vast dat we binnen vijf jaar in meerdere Europese landen prominent aanwezig zullen zijn. De naam 'Yes! Worldwide Salons' is dan ook zeker geen toevalligheid: ook buiten de Benelux willen we klanten verwennen met onze betaalbare luxe."

Heb je als hairstylist of leidinggevende interesse om het Yes!-team verder te versterken? Kijk op yes-salons.com of facebook.com/yes.salons voor meer informatie.

Dutch Haircare vestigt aandacht op Rusk Elimin8

Het Amerikaanse kappersmerk Rusk wordt in Nederland al jarenlang vertegenwoordigd door Patricia de Jongh van Dutch Haircare. "Een topproduct uit het Rusk-assortiment waarop ik graag de aandacht vestig is Elimin8 en de bijbehorende Elimin8 Stain Remover", aldus Patricia.

Elimin8 is een kleurcorrector die elke oxidatieve kleuring in een handomdraai verwijderd zonder het haar te beschadigen, op te lichten of aan te tasten. "Hierbij maakt het niet uit met welk merk het haar is gekleurd of hoe lang geleden de kleuring is ingezet", verduidelijk Patricia. "Elimin8 is echt een product dat kappers veel tijd en moeite bespaart zonder de inzet van agressieve stoffen als ammoniak, bleekmiddelen, peroxide of formaldehyde. Dit is mogelijk doordat Elimin8 een speciaal complex bevat dat de verbindingen van de kleurmoleculen verbreekt, zodat deze als het ware loskomen van het haar."

"De kleurcorrector verwijdert de haarkleuring binnen 25 minuten. Na deze inwerktijd was je alle losgemaakte verfmoleculen gewoon uit het haar en kun je het haar desgewenst meteen lichter of donkerder kleuren. Daarnaast is het mogelijk om Elimin8 in te zetten om kleuringen die te donker, te warm of te 'assig' zijn uitgevallen te corrigeren. Ook dit gaat op een eenvoudige, snelle manier en ook hier geldt dat de conditie van het haar op geen enkele manier te lijden heeft onder de behandeling."

"Ter aanvulling op de Elimin8 heeft Rusk de bijbehorende Elimin8 Stain Color Remover ontwikkeld. Dit is een zachte lotion die achtergebleven restjes haarverf of spoeling van de hoofdhuid verwijdert. Dit gebeurt op zeer milde wijze; doordat de Color Remover geen sulfaten of parabenen bevat is het product volledig veilig in gebruik."

Meer informatie: Dutch Haircare, Tel. 013-5719160, www.haircare.nl

payleven

Accepteer pinbetalingen in uw salon

Zonder vaste kosten

- Betaal alleen bij gebruik
- Laat uw klanten pinnen en verhoog uw omzet
- Geschikt voor zowel in uw salon als bij de klant thuis

~~€79~~
€59
excl. btw
Kortingscode: KAPPER15

Bestel nu of ontdek meer op:

www.payleven.nl

Deze actie is geldig t/m 31-08-2015

PROFESSIONAL

jura

Ultieme koffiebeleving, verrassend betaalbaar

JURA Professional biedt een breed assortiment hoogwaardige koffie- en espressomachines . Ook voor saloninrichtingen heeft JURA Professional een maatwerk koffieoplossing, de JURA IMPRESSA XS9 Professional. Met één druk op de knop kan iedereen de lekkerste koffierecepten bereiden.

- Hoogwaardige koffie- en espressomachine
- Geschikt voor elke koffieboon
- Gebruiksvriendelijke koffiemachine
- Excellent Swiss Made design
- Uitstekende service

Nu met GRATIS extra bonenreservoir, inclusief bijpassende melkkoeler voor ultiem gemak (t.w.v. €155,45).
GRATIS aflevering en installatie op locatie.

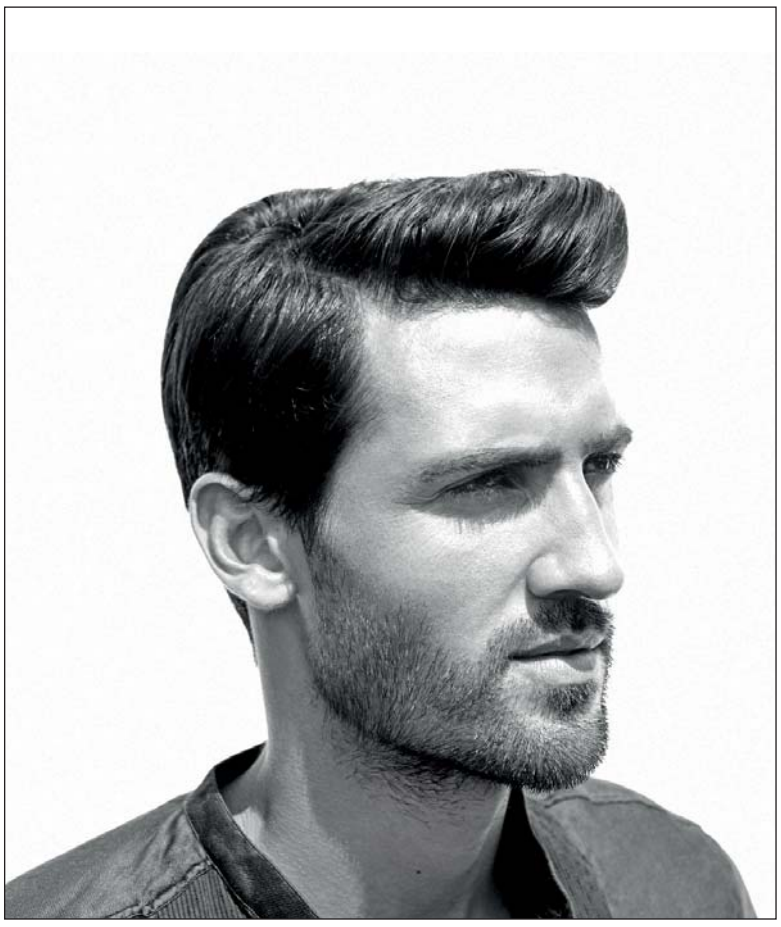
Meest geplaatste koffiemachine in retail:
JURA IMPRESSA XS9. Meer weten?
Ga naar juraprofessional.nl/dekapper
of bel: 079 – 33 00 796

Topkwaliteit voor uw bedrijf.

BaByliss PRO Volare X2 Tondeuses: 100% full power!

De Volare X2-tondeuse van BaByliss PRO is de eerste tondeuse die niet langzamer wordt door de weerstand van het haar. Het maakt niet uit wat de dikte of structuur van het haar is: de tondeuse levert altijd dezelfde hoge prestatie. Dit resultaat wordt bereikt door de innovatieve MaxLifePRO-motor, die door BaByliss PRO in eigen huis ontwikkeld is. Deze motor wordt elektronisch aangedreven, waardoor de tondeuse altijd op 'full power' presteert.

▲ *De Volare X2 is voorzien van MaxLife PRO-motoren. Deze werken met magneten in plaats van met koolborstels en zijn geïnspireerd door de kwaliteit, prestatie en techniek van Ferrari*



De meeste tondeuses zijn uitgevoerd met koolborstelmotoren. Deze koolborstels veroorzaken wrijving, slijten snel en hebben een beperkte levensduur. BaByliss PRO heeft de koolborstels vervangen door vier krachtige magneten met als resultaat lichtgewicht motoren die een laag trillingsniveau hebben evenals een uitzonderlijk lange levensduur tot wel 10.000 uur.

Niet alleen de borstelloze MaxLife PRO-motoren maken de Volare X2 bijzonder, maar ook de exclusieve X-Grip-technologie. Dit is een nieuw high-tech snijproces waarbij een vast mes met titaniumcoating gecombineerd wordt met een bewegend mes van staal met een hoog koolstofgehalte. De combinatie van beide messen leidt tot uitstekende snijeigenschappen. Zo maakt het snijblad van de Volare X2 maar liefst 6.300 bewegingen per minuut. Het mes is verstelbaar in vier instellingen van 0,8 tot 2,0 millimeter. Er zijn acht opzetkammen (3, 6, 10, 13, 16, 19, 22 en 25 millimeter) waardoor er 32 mogelijke standen zijn.

Tegelijkertijd zorgt een lithium polymeerbatterij voor een groot en efficiënt vermogen, waardoor drie uur draadloos gewerkt kan worden zonder tussendoor op te laden. Volledig opladen van de batterij neemt eveneens drie uur in beslag.

Verder is de Volare X2 voorzien van een led-indicator met drie functies. Wanneer deze rood oplicht dient de tondeuse opgeladen te worden. Is de indicator blauw dan is het apparaat volledig opgeladen en wanneer de indicator knippert betekent dit dat de tondeuse binnenkort opgeladen moet worden.

De BaByliss PRO Volare X2 wordt geleverd inclusief olie en reinigingsborstel plus een jaar garantie. De tondeuse is verkrijgbaar bij de betere kappersgroothandel. Voor meer informatie en verkoopadressen neemt u contact op met:

BaByliss Nederland, Tel. 030-2219630, www.babylisspro.nl

▲ *Een lithium polymeerbatterij zorgt ervoor dat er drie uur snoerloos gewerkt kan worden zonder tussendoor op te laden*

▲ *De Volare X2 heeft een onovertroffen levensduur tot wel 10.000 uur. Ook is de tondeuse licht van gewicht en heeft deze een laag trillingsniveau, wat zowel prettig is voor de hairstylist als voor de klant*

Sinds enkele maanden is er veel te doen over haarversterkers. Dat is begrijpelijk, want ontkleuren of blonderen kan de kwaliteit van het haar sterk beïnvloeden en haarversterkers beloven definitief een einde te maken aan dit effect. Sterker nog: de meeste merken garanderen dat de haarkwaliteit tijdens een dergelijke behandeling aanzienlijk verbetert wanneer het betreffende haarversterkende product wordt gebruikt. Wie denkt dat dit in alle gevallen mooie marketingpraatjes zijn, heeft het mis. Het merk ColorpHlex is namelijk grondig tegen het licht gehouden door het gerenommeerde en onafhankelijke onderzoeksbureau TRI Princeton met als conclusie dat ColorpHlex het haar tot vier keer sterker maakt.

De bevindingen van dit Amerikaanse onderzoeksbureau waren voor Ministry of Beauty de belangrijkste reden om ColorpHlex naar Nederland te halen. "Veel merken claimen haarversterking tijdens het ontkleurings- of blondeerproces", vertelt eigenaar Nico Niessink. "ColorpHlex is echter het enige merk dat haarversterking daadwerkelijk aantoont met wetenschappelijk onderzoek."

Net een stapje verder tijdens ontkleuren en blonderen

"Verder is het erg belangrijk om te vermelden dat ColorpHlex meer doet dan het haar versterken. Het stelt de kapper namelijk in staat om tijdens het ontkleuring- of blondeerproces net een stapje verder te kunnen gaan. Dit is wat ColorpHlex anders en in mijn ogen ook beter maakt in vergelijk met andere merken. Met het merk geven we kappers een extra middel in handen om onderscheidend te zijn en aanvullende services in de salon aan te bieden."

Ongewijzigde recepturen & inwerktijden

"Een andere reden die onze keuze voor ColorpHlex verklaart is dat de kapper zijn of haar kleurrecepturen en inwerkingstijden niet hoeft aan te passen. Om het gewenste effect te bereiken en het haar tot viermaal sterker te maken hoeft slechts een kleine hoeveelheid ColorpHlex aan de normale receptuur te worden toegevoegd. Voor deze behandeling adviseren wij een consumentenprijs tussen € 5,- en € 10,-. Deze adviesprijs is onder andere tot stand gekomen door de ervaring van ColorpHlex op de Duitse markt. Bij onze oosterburen

Overtuig uzelf en deel uw ervaringen!

In deze uitgave van De Kapper is een ColorpHlex-probeerverpakking voor één behandeling van de producten Step 1 en Step 2 bijgesloten. Hiermee kunt u de werking van het merk zelf ondervinden. Wilt u uw ervaringen delen? Dat kan! Plaats de mooiste voor en na foto's op Facebook.com/ColorphlexBenelux en maak kans op een Colorphlex-pakket waarmee 160 behandelingen uitgevoerd kunnen worden! Wanneer u € 10,- per behandeling rekent, kunt u met dit pakket dus € 1600,- extra omzet realiseren!

"De werking van ColorpHlex is geen marketingverhaaltje, maar is bewezen met wetenschappelijk onderzoek"

is ColorpHlex binnen het segment haarversterkers namelijk uitgegroeid tot het grootste merk en de ervaringen hier tonen aan dat deze adviesprijs nauwkeurig aansluit op de wens van de consument."

In de kern, niet op de oppervlakte

"Een laatste reden waarom wij zo enthousiast zijn over ColorpHlex is dat het niet noodzakelijk is om het haar na een ColorpHlex-behandeling te blijven verzorgen met bijbehorende producten. Anders gezegd: het doel van versterking van het haar en een stap verder gaan tijdens het ontkleuren of behandelen wordt tijdens de behandeling bereikt. Hierdoor is het dus niet nodig om het haar voortdurend van een nieuw laagje product te voorzien. Per slot van rekening vindt het proces met ColorpHlex in de kern van het haar plaats en niet op de oppervlakte. Tijdens de behandeling dringen plantaardige moleculen diep in het haar door, waardoor de haarvezels van binnenuit worden versterkt en de zwavelbruggen met elkaar worden verbonden. Overigens zal ColorpHlex op termijn wel worden uitgebreid met verzorgende producten voor thuisgebruik, waardoor het merk een totaalconcept wordt."

Meer informatie: Ministry of Beauty, Europaweg 220, 7336 AR Apeldoorn
Tel. 055-5431111, www.colorphlex.me

Drie manieren om ColorpHlex te gebruiken

ColorpHlex biedt verschillende mogelijkheden voor behandelingen in de salon. Drie manieren waarop ColorpHlex gebruikt kan worden zijn:

- ***Tijdens ontkleuren of blonderen.*** *Stap 1: bereid de ontkleuring of blondering volgens de gebruiksaanwijzing van de fabrikant. Het maakt niet uit met welk merk u werkt. Voeg 3,75 ml Color Strengthening Additive (Step 1) toe aan het mengsel en hanteer de normale inwerktijd. Spoel het haar zorgvuldig uit en maak het handdoekdroog. Stap 2: verdeel 7,5 ml Color Strong Complex Finish (Step 2) in het haar en kam het door. Laat tot tien minuten inwerken en spoel het haar uit zonder shampoo. Houd altijd rekening met de kwaliteit van het haar. Is de haarkwaliteit dusdanig dat u normaliter het haar ook niet zou ontkleuren of blonderen, dan ook niet met ColorpHlex.*
- ***Tijdens omvormen:*** *gebruik ColorpHlex na de inwerktijd van de permanentvloeistof en pas als deze compleet is uitgespoeld. Breng ColorpHlex (Step 1) vermengd met drie delen water aan over de wikkels. Laat drie tot vijf minuten inwerken. Verwijder de wikkels, spoel het haar grondig uit en breng een kleine hoeveelheid Step 2 aan op het haar. Na tien minuten inwerktijd zorgvuldig uitspoelen.*
- ***Als treatment voor beschadigd haar:*** *bij een volledige treatment wordt Step 1 met drie delen water gelijkmatig op handdoekdroog haar aangebracht. Dek af met een plastic mutsje en plaats de klant tien minuten onder een warmtebron. Breng vervolgens Step 2 aan op vochtig haar en kam dit goed door. Laat tien minuten inwerken en spoel zorgvuldig uit. Bij een 'quick treatment' wordt Step 1 gemixt met Step 2. Breng aan op het haar en kam het goed door. Laat vijf tot tien minuten inwerken (eventueel met warmte). Spoel het haar zorgvuldig uit.*

Voor de precieze mengverhoudingen en/of meer technische informatie neemt u contact op met Ministry of Beauty of kijkt u op www.colorphlex.me

PROFESSIONAL HAIRDRESSER SCISSORS

CISORIA

Sibel

JAPANESE STAINLESS STEEL

Ontdek de volledige collectie op **www.cisoria.com**

Verkrijgbaar bij uw groothandel.

Sinelco International bvba | Industriepark, Klein Frankrijkstraat 37, 9600 Ronse, Belgium | +32 (0) 55 33 41 41 | info@sinelco.com

René Furterer Daydream-collectie: Hair, Sea & Sun

De nieuwe trendcollectie van René Furterer brengt iedereen in zomerse sferen. De Daydream-collectie is geïnspireerd op het nostalgische gevoel van een zonnige dag aan zee. De zomer is een seizoen van metamorfoses met stijlen die terugkomen in de collectie van het Franse kappersmerk.

Garçonne

Voor de nieuwe lente/zomercollectie werkte het Franse kappersmerk samen met de vooraanstaande hairstylist Oliver Szilagyi en modefotograaf Guillaume Girardot. Het resultaat is een collectie die in alles licht, lucht en ruimte uitstraalt.

L'Avant-Garde

De collectie toont verschillende stijlen, waarin blondtinten de hoofdrol spelen en volop wordt gevarieerd op het gebied van lengte, textuur en styling. De luchtige kapsels en blonde lokken roepen het gevoel op van zorgeloosheid, onschuld en de onweerstaanbare lichtheid van de zomer.

Een romantische en zorgeloze zomer

De trend La Romantique is voor vrouwen die deze zomer voor een elegante look gaan. Met de finger wave techniek wordt er een zachte, vrouwelijke en soepele uitstraling gecreëerd, waarbij de blonde highlights sterk op de voorgrond treden. Wie een 'fresh off the beach'-look wil kan zich het beste laten inspireren door de trend L'Insouciante. Deze losse, gekrulde haarstijl symboliseert de natuurlijke schoonheid van de zomerse kapsels en staat garant voor een nonchalante uitstraling.

L'Avant-Garde

Deze artistieke trend biedt de mogelijkheid om luchtige kapsels te combineren met creatief vlechtwerk. De 'hair crimping'-techniek uit de jaren tachtig is terug van weggeweest en is veelvuldig toegepast in deze trend. De vlechten gaan gepaard met veel volume, waarbij er flink in de hoogte wordt gewerkt. Deze indrukwekkende look is perfect om op te vallen in de menigte tijdens een zomerse avond uit.

Stand out from the crowd

In plaats van de zwoele haarstijlen, kan men ook uit de band springen met een rock-and-roll kapsel van de Garçonne-trend. Deze stijl kenmerkt zich door het grote volume bovenop het hoofd en het naar achter gekamde haar. Voor wie deze look te uitdagend is, kan gaan voor de iets mildere La Rebelle-look gaan. Dit is een eigentijdse interpretatie van de gemakkelijkheid van de 'wash and wear'-trend. De taps toelopende lokken van de boblijn zijn naar voren geborsteld om een moderne look te creëren.

Voor aanvullende informatie:
Meer informatie:
René Furterer, Brussel
Tel. +32 (0)2 5564976
www.renefurterer.com

L'Insouciante

HairGraphics

25% KORTING op de gehele COLLECTIE

Promotiecode: **juni2015**

www.hairgraphics.com

Deze actie is geldig tot en met 30 juni 2015

Bestellen kan telefonisch, per e-mail of via onze website

024-6411298 tot 20:00 uur info@hairgraphics.com

Yes!

biedt een leuke baan aan tientallen, kwaliteitsbewuste

HAARSTYLISTEN

en

LEIDINGGEVENDEN

BINNEN EEN GOED JAAR ZIJN ER AL 25 PRACHTIGE YES! SALONS IN NEDERLAND GEOPEND. EN BINNENKORT VOLGEN ER NOG VEEL MEER.

HOGE KWALITEIT IS DE HOEKSTEEN VAN HET Yes! CONCEPT.

Na een objectieve toelatingstest wordt elke medewerker een volle week extern en intern opgeleid voordat een salon open gaat. En daarna sluiten we zelfs een vaste ochtend van elke maand voor gestructureerde, deels individuele, trainingsprogramma's.

Kijk op onze website of Facebook of er binnenkort ook in jouw omgeving een Yes! opent en als je interesse hebt om actief deel uit maken van een snel groeiende kwaliteitsketen, met mooie doorgroeimogelijkheden, meld je dan snel aan.

Yes! Affordable luxury
WWW.YES-SALONS.COM

Salonnet

De meest gebruiksvriendelijke en betaalbare software voor uw salon

www.salonnet.eu v.a. € 25,- p.m.

Overtuig uzelf, download GRATIS een demo

Ook online afspraak maken via APP

SalonNet - Schoolweg 15 - 3959 AW Overberg - T: +31 (0)343-758 252 - E: info@salonnet.eu

Begin dit jaar is Herman Hodes gestart als commercieel manager voor Great Hair Extensions in Nederland en Duitsland, een bedrijf dat zich ontwikkeld heeft tot een totaalleverancier op het gebied van extensions. Vaktijdschrift De Kapper sprak met hem over de mogelijkheden die de verschillende merken bieden voor aanvullende salonservices.

▲ *Herman Hodes is begin dit jaar gestart als commercieel manager voor Great Hair Extensions in Nederland en Duitsland*

Hoe ben je in de kappersbranche terechtgekomen?
"Vanaf het jaar 2000 heb ik bij één van de grotere kappersmerken verschillende commerciële functies vervuld. Na enkele jaren ben ik ook een tijdje uit de branche weggeweest, maar ik miste de dynamiek en de modische kant van de kapperswereld. Ik keerde terug als accountmanager en later als brand manager bij een ander bekend merk, waar ik zeven jaar voor gewerkt heb. Vorig jaar kwam ik in gesprek met Rita van den Bor (eigenaar van Great Hair Extensions, *red.*) en hieruit volgde de overstap naar haar bedrijf. Dat vind ik een mooie stap, want het is de grootste Nederlandse leverancier van hairextensions met het meest complete assortiment. Dit bestaat uit A-merken zoals Di Biase, Euro So.Cap., Balmain Hair en Great Hair Extensions. Het assortiment is op zo'n manier samengesteld dat het rekening houdt met de wensen van verschillende soorten salons en hun klanten."

"Great Hair Extensions biedt meer dan prijs/kwaliteit. Het is een totaalconcept"

De Nederlandse extensionmarkt is de laatste tijd volop in beweging. De traditionele merken staan onder druk en jonge merken zoals die van Great Hair Extensions zijn sterk in opkomst. Hoe verklaar je dit?
"Ik kan natuurlijk alleen naar onze eigen merken kijken. Een belangrijke succesfactor is dat de kwaliteit van Great Hair Extensions top is en dat voor een betaalbare prijs. Zo werken we uitsluitend met 100% Indiaas haar dat double drawn is en dus vol tot in de punten. Ook ons distributiesysteem is het neusje van de zalm. Nadat een kapper een bestelling heeft geplaatst wordt deze binnen 24 uur geleverd. Verder beschikken we over een buitendienst van vier personen, waarmee we ons echt onderscheiden in de markt. Ook op vele andere manieren streven wij ernaar om een sterke partner voor de kapper te zijn. Dit doen we bijvoorbeeld door een kwaliteitsproduct te leveren dat hairstylisten vele creatieve mogelijkheden biedt en sterk te focussen op service en aftersales. Dit geldt voor onze eigen merk Great Hair Extensions, maar ook voor onze distributiemerken'."

"Op het gebied van educatie zijn er ook volop ontwikkelingen. Sinds dit jaar biedt Great Hair Academy trainingen aan op twee verschillende locaties, te weten Hengelo en Capelle a/d IJssel. Naast een introductietraining voor kappers die starten met Great Hair Extensions bieden we hier ook vervolgtrainingen, workshops en look & learns aan. Verkeerd geplaatste extensions zijn één van de meest voorkomende problemen in de sector en het is zowel voor de salons als voor onszelf zeer belangrijk dat dit niet voorkomt. Daarom bieden we de trainingen tegen kostprijs aan en ook dat is iets waarmee we ons onderscheiden van veel andere merken."

Veel salons bieden geen extensionbehandelingen aan. Stel dat ze hier toch mee willen starten om extra omzet te generen en hun klanten aanvullende services te bieden, waarom zou de keuze dan op Great Hair Extensions moeten vallen?
"Met onze extensionbehandelingen verdient de kapper zo'n anderhalf tot tweemaal zoveel per minuut in vergelijk met reguliere knipbehandelingen. Vanuit commercieel oogpunt is dit natuurlijk zeer interessant. Onze merken bieden veel meer dan kwaliteit en prijs, het zijn totaalconcepten. Hierdoor zijn er volop mogelijkheden om de merken in de salon tot een succes te maken en uiteraard bieden we kappers ook op het gebied van marketing krachtige ondersteuning."

"Een ander punt waarop ik graag de aandacht vestig is dat we het hele productie- en distributieproces van het merk Great Hair Extensions in eigen beheer hebben. Van de inkoop van het haar tot de laatste kwaliteitscontrole: we doen alles zelf. Dit geldt ook voor de inkoop van het haar in India. Dit alles leidt ertoe dat we op beoordelingssites extreem goed scoren. Al met al is Great Hair Extensions een merk dat salons volop mogelijkheden biedt om hun klanten extra service te verlenen en daarnaast is het een merk waar salons echt geld mee kunnen verdienen. Al onze inspanningen zijn erop gericht om het merk ook op de lange termijn sterk te houden, wat een belangrijke basis is voor het partnership met de salons die klant bij ons zijn."

Meer informatie: Great Hair Extensions,
Tel. (074) 2780449, www.greathairextensions.nl

Het team van Great Hair Extensions tijdens de afgelopen Beauty Trade special in Jaarbeurs Utrecht

"De collecties van **Kiela** en **Welonda** komen hier echt tot leven"

Afgelopen jaar vierde de firma Kiela het 75-jarig bestaan. Tijdens de jubileumdag vond de opening van de nieuwe Inline-showroom plaats, waardoor de interieurmerken Kiela en Welonda voortaan elk over hun eigen presentatieruimte beschikken. "De uitstraling van de verschillende collecties komt hierdoor beter tot zijn recht dan ooit tevoren", benadrukt Michel Kiela. Met hem praten we over de belangrijkste ontwikkelingen bij het bedrijf Inline en op het gebied van saloninrichting.

"De vernieuwde Inline-showroom is uitgebreid met 450m2. Hier heeft nu ook het merk Welonda een plaats gekregen. Samen met de ruimte waarin het merk Kiela wordt getoond, beschikken we nu over 950 vierkante meter showroom. Voor kappers met inrichtingsplannen valt er hier dus heel wat te ontdekken", vertelt Michel Kiela.

"Nu ieder merk over een eigen showroom beschikt, zijn we beter dan ooit in staat om de verschillen in merkbeleving te benadrukken. Uiteraard zijn zowel Kiela als Welonda beide kwalitatief hoogwaardig, duurzaam, praktisch en mooi om te zien maar er zijn zeker ook duidelijke verschillen. Het Kiela-assortiment is strak en minimalistisch, terwijl Welonda juist meer emotie uitstraalt. Hoewel het prijsniveau van beide merken vergelijkbaar is, spreekt ieder merk een heel eigen doelgroep aan. Het valt mij altijd op dat vrijwel alle klanten een duidelijke voorkeur hebben voor het ene of het andere merk. Slechts zelden zie ik mensen tussen beide twijfelen, wat onderstreept dat het echt om twee verschillende werelden gaat."

Nederlandse kwaliteit

"In de nieuwe Inline-showroom laten we met het merk Welonda verschillende opstellingen en hele gevarieerde mogelijkheden zien. Iedere opstelling heeft zijn eigen beleving en karakter, waardoor we volop inspiratie bieden voor welk type salon dan ook. Een leuk extraatje is dat de fabriek waar al het meubilair wordt geproduceerd op loopafstand van de showrooms gevestigd is. Met veel plezier geven wij onze klanten een rondleiding door onze fabriek, zodat bezoekers van de showroom met eigen ogen kunnen zien dat de meubelcollecties van A tot Z in eigen huis worden vervaardigd. Wat dat betreft onderscheiden we ons van veel andere merken: voor zowel Kiela als voor Welonda geldt dat het om een puur Nederlands kwaliteitsproduct gaat."

Anders dan anders

Op de vraag of er momenteel überhaupt nog 'dominante' trends bestaan op het gebied van saloninrichting, antwoordt Michel Kiela: "Tien jaar geleden waren lichte, superstrakke inrichtingen de belangrijkste trend, maar een echt overheersende trend is daar eigenlijk niet voor in de plaats gekomen. Eigenlijk kan en mag alles. Je ziet dat kappers het tegenwoordig vooral belangrijk vinden om onderscheidend te zijn en vanzelfsprekend kan de inrichting van de zaak hieraan een belangrijke bijdrage leveren. We krijgen regelmatig de vraag om een salon te ontwerpen die op geen enkele andere salon lijkt en met zo'n opdracht gaan onze vormgevers uiteraard graag aan de slag. In de afgelopen tijd zijn er door ons vele salons opgeleverd die 'anders dan anders' zijn en die hierdoor het onderscheidende karakter van de zaak versterken. Om de aansluiting met de hedendaagse consument te blijven houden is dat uiteraard heel belangrijk."

Modieuze, tijdelijke accenten

"Hoewel er op dit moment geen echt overheersende interieurtrends zijn, zijn er toch wel bepaalde stijlen die de laatste tijd - zowel in binnen- als buitenland - populair zijn. Voorbeelden hiervan zijn salons met een deels 'ruwe' afwerking, waarin robuuste materialen als hout, steigerplanken en staal worden toegepast. Ook op het gebied van plafonds, vloeren en wandafwerking is er veel meer mogelijk dan enkele jaren geleden. Toch adviseren wij niet snel om een zaak van boven tot onder van een zeer trendy interieur te voorzien. Veel praktischer is het om modieuze accenten, kleuren en/of prints toe te passen die na enkele jaren gemakkelijk weer veranderd kunnen worden. Denk hierbij aan een trendy behang of een mooie visual. Dit biedt de mogelijkheid om het interieur met de tijd zonder al te grote investeringen een update te geven, terwijl de basis onveranderd blijft."

Turnkey hoeft zeker niet duurder te zijn

"Een laatste trend die duidelijk aan kracht wint heeft niet zozeer betrekking op het uiterlijk van een nieuw interieur, maar op de manier waarop het tot stand komt. Steeds meer saloneigenaren kiezen ervoor om als het ware 'ontzorgd' te worden en het hele project door ons te laten realiseren. Dat klink misschien als een kostbare zaak, maar in werkelijkheid hoeft het zeker niet duurder te zijn, integendeel; wanneer een turnkey project goed wordt uitgevoerd kan dit zelfs kostenbesparend zijn voor de klant."

"Het grote voordeel van het werken met één partij is dat we over een enorme ervaring beschikken en een project dus niet alleen goed, maar ook snel kunnen uitvoeren. Hierdoor zal de salon weer sneller operationeel zijn. Verder beschikken we over een netwerk van gespecialiseerde partners waarvan we weten dat ze goed en betrouwbaar zijn. Daarbij kun je bijvoorbeeld denken aan specialisten op het gebied van verlichting, wandafwerking, vloerafwerking en ga zo maar door."

"De ontwerpfase wordt in overleg met de saloneigenaar door ons uitgevoerd en wanneer een plan eenmaal akkoord is, begeleiden wij het project van A tot Z. Hierdoor is het voor de saloneigenaar niet nodig om hier op dagelijkse basis mee bezig te zijn en kan hij of zij zich volledig op de salon en de klanten richten. Deze manier van werken is zeer efficiënt en kan de nodige problemen voorkomen. Stel bijvoorbeeld dat een stucadoor niet aan de slag kan omdat de electra nog niet gereed is, dan dient die stucadoor voor de ingeplande dag wel betaald te worden. Zulke 'planningsproblemen' ontstaan gemakkelijk wanneer je weinig ervaring met inrichtingsprojecten hebt en lopen vaak snel in de papieren. Wanneer een project volledig aan ons wordt overgedragen voorkom je dit soort problemen en uiteraard wordt de salon pas opgeleverd wanneer deze echt helemaal klaar is. Voorbeelden van 'turnkey'-projecten zijn te vinden op onze websites, maar wie het gevoel van Inline echt wil ervaren nodig ik van harte uit om een bezoek te brengen aan de showroom."

Meer informatie:
Inline B.V.
Kerkweg 2, 3465 JJ Driebruggen,
Tel. 0348-502244,
www.inline.nl
www.welonda.nl

"Ik heb jarenlang teveel betaald voor kapsalon-software"

Als het dreigt te gaan regenen krijgen we een waarschuwing op onze telefoon, met een reizende geliefde skypen we tijdens het tandenpoetsen en shoppen doen we online: technologie heeft ons gemakken gebracht waar we nooit van hadden kunnen dromen, laat staan dat we ze met één druk op de knop kunnen downloaden. "Terwijl handige software en apps voor zo'n beetje elke sector als paddenstoelen de grond uitschoten, bleef het op de softwaremarkt voor kapsalons jarenlang stil - met ineffectieve systemen en hoge prijzen als gevolg", aldus Danny Hiemstra van het jonge softwarebedrijf Salonized.

"Er zijn gewoon heel lang geen serieuze concurrenten bijgekomen. Daardoor hebben de gevestigde bedrijven de prijzen voor salonsoftware ontzettend hoog kunnen houden. Bedragen die beginnen tussen de €40 en €350 per maand; dat is echt belachelijk", vertelt Danny Hiemstra, die samen met compagnon Jorrit Boumann vorig jaar zijn eigen start-up begon, vastberaden om de strijd met de gevestigde orde aan te gaan. Ze begonnen klein in Amsterdam, maar zijn inmiddels actief in vijf landen, waaronder de VS.

Reden van succes? "Ons softwaresysteem is niet alleen goedkoper, maar vooral ook veel gebruiksvriendelijker," vertelt Jorrit. "Onze ervaring is dat saloneigenaren zich vooral bezig willen houden met de dingen waar ze goed in zijn: het beoefenen van hun vak, contact maken met de klant en het runnen van de zaak. Daarom ontwikkelen wij simpele tools waardoor de kappers zich meer op die dingen kunnen richten, en toch gebruik kunnen maken van de nieuwste technologie."

En wat vindt de gebruiker? Luca Vacante, eigenaar van kapsalon Magazene in Amsterdam, ontdekte de jongens van Salonized per toeval. "Ik zocht naar een alternatief voor de ouderwetse, logge en veel te dure systemen die ik alleen maar tegenkwam, en vond het verhaal van Danny en Jorrit bijna te mooi om waar te zijn." Inmiddels gebruikt hij het systeem al vijf maanden en is hij naar eigen zeggen een zeer tevreden klant. "Ik ben ontzettend blij dat ik de overstap heb gemaakt. Door de online toegankelijke agenda heb ik minder telefoontjes, en doordat ik via uitgebreide filters mijn klanten gericht kan benaderen genereer ik meer omzet."

Wat brengt de toekomst? Ondertussen zijn Danny en Jorrit hard aan het werk om nóg meer handige snufjes toe te voegen, onder andere op het gebied van digitale marketing. "We zijn bijvoorbeeld bezig met het ontwikkelen van tools waarmee de salon heel gemakkelijk contact kan maken met haar klanten, via sociale media," vertelt Danny. "En daarnaast werken we aan functies die het veel makkelijker maken om nieuwe klanten naar een salon te trekken." Aan ambities ontbreekt het de jongens van de snelgroeiende start-up zeker niet: "We willen de salonwereld echt naar een ander niveau tillen," zegt Jorrit. "Vergelijkbaar met de manier waarop AirBnB de hotelwereld op zijn kop zette. Er gebeuren nu zo veel coole dingen online - die dingen willen we ook voor salons beschikbaar maken!"

Zelf proberen? Via de website kun je Salonized zelf veertien dagen gratis uitproberen.

www.salonized.nl, www.facebook.com/salonized, www.magazene.nl

Jorrit, Danny en Luca bij de Amsterdamse kapsalon Magazene, één van de enthousiaste klanten van het jonge softwarebedrijf Salonized ▼

Da Vinci komt met **AppleWatch**-app

Afgelopen maand heeft Da Vinci Salonautomatisering een compleet nieuwe versie van het online afsprakenboek gelanceerd, die werkt op smartphones, tablets, Mac- en Windows-computers. Als kers op de taart zit er ook een AppleWatch-app bij.

"Het voordeel van smartwatches is dat je niet voortdurend op je telefoon hoeft te kijken of er meldingen binnenkomen", vertelt Lidwien Heersink van Da Vinci. "Wij zijn de eerste salonautomatiseerder die een smartwatch-app ontwikkeld hebben. Deze stelt kappers bijvoorbeeld in staat om op hun smartwatch te zien wanneer de volgende afspraak binnenkomt."

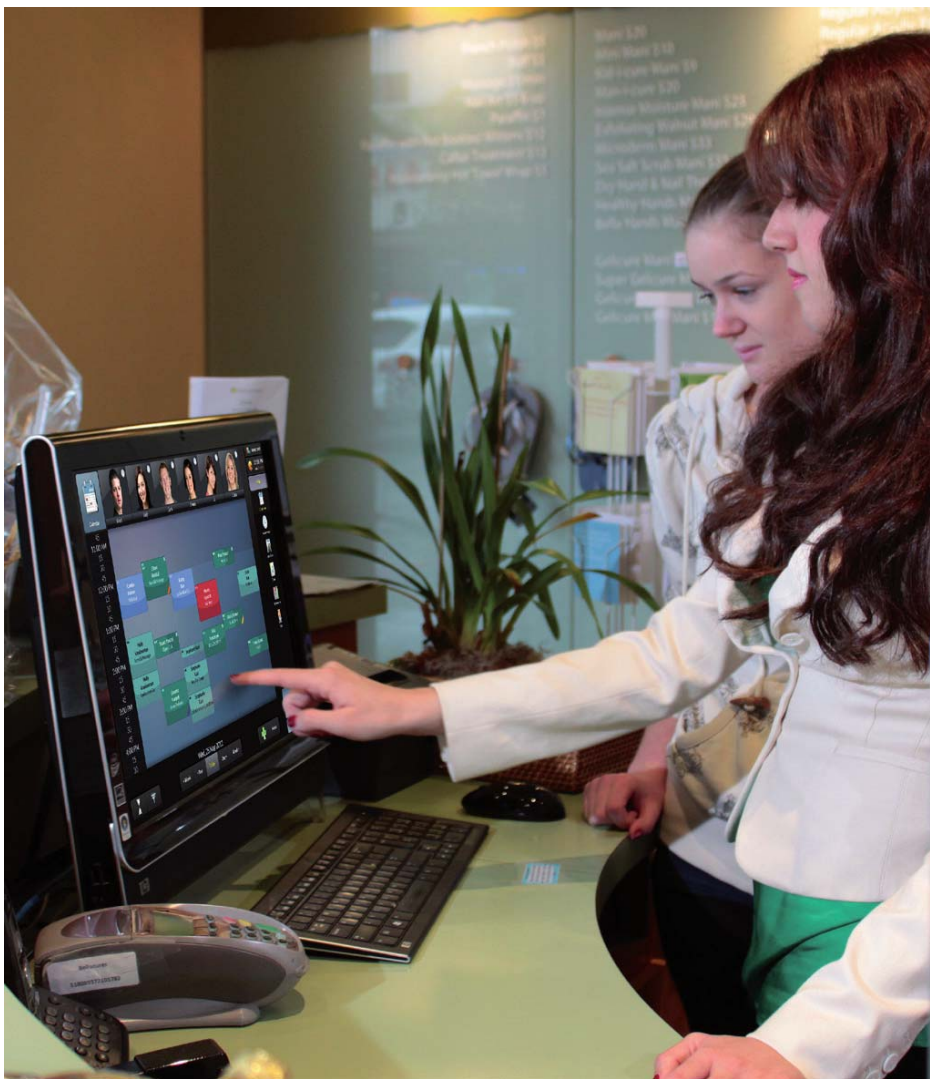
"Het afsprakenboek heeft ook een flinke update ondergaan. Het werkt perfect samen met het boekingssysteem BarberBooking en het afrekenpakket van Da Vinci. Ook heeft het afsprakenboek verschillende nieuwe functies, zoals aangeven wanneer je wel en niet wilt dat er een afspraak gemaakt kan worden."

Meer informatie:

Da Vinci
Salonautomatisering
Tel. 0575-552700
www.dvi.nl

"Met **Shortcuts** werk je slimmer in plaats van harder"

Al meer dan twintig jaar wordt de software van Shortcuts gebruikt door kappers over de hele wereld. Tegenwoordig zijn er zo'n veertienduizend salons die ermee werken en daarbij gaat het om vele typen salons, variërend van eenmanszaken tot ketenbedrijven en van barbershops tot salons die werken op basis van stoelverhuur. "Ondernemers kiezen voor Shortcuts omdat het systeem op een slimme manier meewerkt aan de winstgevendheid van het bedrijf", aldus Peggy Passage, die Shortcuts kortgeleden introduceerde in de Benelux.



"De mogelijkheden van Shortcuts zijn zeer uitgebreid. Voorbeelden hiervan zijn dat het systeem tijdsbesparend is, productverkoop en de bezoekfrequentie stimuleert, controle over de kassa geeft en veel mogelijkheden biedt om klanten aan de salon te binden en nieuwe klanten te maken."

"Om ervoor te zorgen dat acties de winstgevendheid van de salon daadwerkelijk verhogen, biedt Shortcuts veel mogelijkheden om in te spelen op het klantengedrag. Vaak zie je dat salons algemene acties organiseren, bijvoorbeeld 20% korting op een kleurbehandeling. Vaak profiteren voornamelijk klanten die sowieso al voor een kleuring komen van dit soort acties, dus je gooit er eigenlijk geld mee weg. Veel beter is het om klanten met een actie iets nieuws te laten ontdekken. Stel dat een klant altijd komt voor knippen en föhnen, dan is een korting voor kleuren wel een goed idee. Shortcuts biedt vele mogelijkheden om zo'n klantgerichte actie op een eenvoudige manier uit te voeren, bijvoorbeeld via e-mail of via de kassabon."

"De kassabon kan ook ingezet worden om de gemiddelde bezoekfrequentie te verhogen, bijvoorbeeld door klanten een korting aan te bieden wanneer ze binnen vijf in plaats van binnen de gebruikelijke zes weken terugkomen. Voor ondernemende kappers is dit een zeer effectieve manier om het bedrijfsresultaat te verbeteren. Ook hier helpt Shortcuts om maximaal rendement te behalen. Al het rekenwerk wordt per individuele klant door het systeem gedaan, waardoor het realiseren van de actie zeer eenvoudig is. Hierdoor is Shortcuts een echte klantenbinder."

"Het basispakket van Shortcuts is al zeer uitgebreid. Wanneer een kapper hiermee eenmaal vertrouwd is, bestaat de mogelijkheid om aanvullende Smart-opties in te zetten. Voor lezers van De Kapper die reageren voor 31 augustus 2015 bieden we deze Smart-opties zes maanden gratis aan. Neem contact met ons op en we komen graag naar u toe om te verduidelijken hoe Shortcuts u kan helpen om slimmer in plaats van harder te werken!"

Meer informatie: Shortcuts Benelux
Tel. 0499-330910, www.shortcutssoftware.nl

Omdat huid en haar de perfecte combinatie zijn!

WORDT UW KAPSALON OOK EXCLUSIEF VERKOOPPUNT IN UW REGIO?

Uw voordelen
- Vaste prijsstelling en goede marges
- In kleine hoeveelheden afneembaar
- Met Beauty By Dorien maakt u van uw zaak ook een beautycenter
- Terugname bij geen enkele verkoop mogelijk
- Compacte lijn
- Hoogwaardig product van instituutkwaliteit

Meer informatie? Neem contact op met info@schonenbergbeauty.com

Beauty By Dorien

high-end cosmetica

Kappers BHV

BEDRIJFSHULPVERLENING VOOR DE KAPPER

Kijk op **KAPPERSBHV.NL** voor de opleidingsdata

Huurne 6
7245 VP Laren (Gld)
Tel. 06 - 504 16 338

www.kappersbhv.nl
info@kappersbhv.nl

EEN GREEP UIT ONZE COLLECTIE!

Embron bedrijfskleding is een bedrijf waar u van op aan kunt!

WWW.EMBRON.NL

NIEUW in het assortiment

Wij staan voor:

- Trendy, vlot en modieus
- Hoogwaardige kwaliteit
- Verzorging bedrijfsnaam
- Snelle levertijd
- Naleveringsgarantie 2 jaar
- 100% service
- Vlekvrij, strijkvrij, krimpvrij en kleurecht

Kijk op onze website voor meer informatie

EMBRON
TRENDY BEDRIJFSKLEDING

Makkelijk via internet te bestellen

Voor meer informatie:
Elly van Wijk T 06-29047904 / 0299-396302 • **E** embron@embron.nl • **I** www.embron.nl

GREAT CAREERS

WANTED:
KAPPERS VOOR HET WERKEN AAN BOORD VAN CRUISESCHEPEN

SOLLICITATIE GESPREKKEN IN NEDERLAND OP ZONDAG 14 JUNI 2015

STUUR JE C.V. T.A.V. INGRID BORST, E-MAIL: STEINER.EUROPE@THEONBOARDSPA.COM

VOOR INFO: +31-(0)655104153
WWW.THEONBOARDSPA.COM

theonboardspa BY STEINER

Automatiseringsspecialist Patrick Klappe (directeur B&F Groep) heeft een heel eigen kijk op de kappersbranche en is daarom columnist van vaktijdschrift De Kapper. In deze uitgave gaat Patrick in op de invloed en werkwijze van online platforms in onze sector.

Inmiddels zie ik naast al het positiefs dat internet ons heeft gebracht, ook steeds meer het besef bij mensen van de schade die het de maatschappij brengt. Er is praktisch geen branche meer, die in de afgelopen tien jaar niet op zijn kop is gegooid.

Centraal resultaat: product vergelijkbaar maken, concurrentie vergroten, de factor mens zoveel mogelijk eruit halen, prijzen verlagen en zoveel mogelijk automatiseren.

Als eerste ging natuurlijk de reguliere handel eraan. Als een product universeel is (of lijkt) en je er een barcode op kan plakken, dan is de handel via het web geboren. Kleding, huisraad en elektronica bleken bij uitstek geschikt om op internet aan te bieden. Maar naast deze voor de hand liggende zaken, komen inmiddels ook de minder voor de hand liggende product en sectoren aan de beurt.

“Vermijd online platforms, blijf uniek!”

Heeft u een fijne tuin en groene vingers, dan ging je vroeger naar een tuincentrum of kweker. Nu koop je je plantgoed online (bijv. directplant.nl). Wil je je gebruikte auto kwijt, dan ging je normaal naar een dealer/garage voor de inruil, nu regel je dat vanaf je stoel (bijv. webuyanycar.nl). Energie nodig, sluit je aan bij één van de vele online collectieven (bijv. energiedirect.nl). Op vakantie? Niks naar een reisbureau, naar een hotelbookingssite. Oh nee, dat is al weer old school, nu naar een site voor een zogenaamde woningruil (bijv. airbnb.nl). Natuurlijk zitten daar nog privé mensen op die hun huisje aan de toerist ter beschikking stellen, maar steeds meer professionele partijen duiken op die business.

Wie wil tijdens een citytrip naar Lissabon niet het schattige appartement van de beeldschone Joanna? Met zo’n profielfoto kun je toch niet anders dan die paar negatieve comments negeren? Leuk verhaal, ware het niet dat Joanna niet in Portugal woont, maar in Letland. Sterker nog, ze is nog nooit in Portugal geweest en het pandje wordt uitgepond door een naar knoflook riekende gewiekste vastgoedfamilie met wat leegstand. Maakt niet uit, in onze cyberwereld worden we in ons hoofd al van de airport opgehaald door Joanna in haar zomerjurkje.

Van de handel ging de sloophamer naar diensten. Een verzekerings-tussenpersoon? Een wat? Oh je bedoelt een onafhankelijke vergelijkingssite. Wist u dat de meeste vergelijkingssites gemaakt worden op basis van het principe ‘Wij van WCeend adviseren WCeend?’ De intelligentie in deze sites zit in de broncode (de wijze waarop het geprogrammeerd is). Dit is bijna geniaal. De notaris was vroeger toch echt een persoon met aanzien: geleerd, rijk en machtig. Nu zit inmiddels een substantieel deel van hen in de financiële moeilijkheden, ploeterend om het hoofd boven water te houden. Makelaars hetzelfde verhaal, we hebben nu meer makelaars dan snackbars. En zelfs die laatste categorie is op zijn kop gegaan en overgenomen door onze Aziatische landgenoten (al heeft dit laatste vermoedelijk niets met internet te maken). De lijst van uitstervende dienstverleners is eindeloos.

En nu. Nu is het tijd voor ambacht. Heeft u een klus, dan hoeft u geen ‘mannetje’ meer te kennen. U gaat naar een klussen-site (bijv. werkspot.nl) en zoals wij mannen dromen van Joanna, dromen de vrouwen van een woest aantrekkelijke bouwvakker. Om daarbij goed voor de dag te komen, sporten we nog even. Nee, niet op een sportschool bij een trainer, maar via de fitness app en met behulp van onze stappenteller.

Maar ook uw ambacht is aan de beurt. Steeds meer initiatieven worden ondernomen om uw zaak op een online platform op te nemen. Ook hier geldt: uw werk wordt vergelijkbaar gemaakt en de concurrentie wordt verder opgevoerd, zodat uiteindelijk iedereen vergelijkbaar is gemaakt en de strijd voornamelijk wordt gevoerd op prijs. U kunt dit nu al zien: onvindbare concullega’s worden ineens vindbaar, dankzij meesterlijke fotografen wordt van een derderangs bedompt hol nog een mooie ruimte gemaakt en uw eigen prijslijst wordt vertaald naar een vergelijkbare prijslijst. Als dit proces slaagt, is uw grootste goed – uw ambachtelijke vaardigheid – uw vakkennis en creativiteit – uw persoonlijkheid, ineens minder belangrijk geworden. Het proces wat door de grote kortingsdealsites is begonnen, wordt door deze online platforms afgemaakt. Het doel van een platform is - in tegenstelling tot wat beweerd wordt - niet het succes van uw zaak, maar enkel een stukje zien af te romen van uw zaak om hier middels een eigen verdienmodel beter van te worden.

U heeft per toeval het geluk dat u in een branche zit die relatief moeilijk door internet te pakken is. Profiteer daarvan, pak de voordelen en vermijd de nadelen, waaronder kuddegedrag op allerlei onlineplatforms. Behoud uw sterkste wapen, blijf uniek!

Reageren op deze column is mogelijk door een e-mail te sturen naar pklappe@bnfgroep.nl of te bellen naar B&F Groep in Oss, tel. (0412) 629111. Aanvullende informatie is ook beschikbaar op bnfgroep.nl

KIS®

NEWKISCOLORS

Wanneer heeft u succes met een kleur? Natuurlijk als die precies naar wens is, mooi dekt en lang houdt. Wilt u uw klanten écht verrassen, kleur hun haar dan met KIS KeraCream COLOR van Kappers. Nú uitgebreid met drie krachtige colorboosters, drie ultralighteners in de 12-serie en drie hazelnoottinten. Maak kennis met de ongekende mogelijkheden van KIS en vraag uw groothandelaar naar de aanvulling op de kleurenkaart.

WWW.KAPPERS.EU / 055-5431111

Lancering **Treatwell-app voor Android** in lijn met enorme groei van boekingsplatform

▲ *Treatwell wordt geleid door Laurens Groenendijk (CEO), Jan-Willem van Boeckel, Erik Wienk en Maarten Engelen*

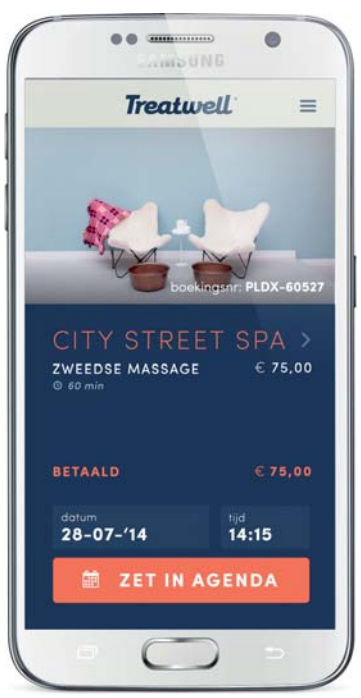
Ter aanvulling op de al langer bestaande Beauty Booking App voor iOS heeft Treatwell deze nu ook voor Android-toestellen gelanceerd. De introductie is in lijn met de enorme groei die het boekingsplatform voor salons doormaakt, zo laat Treatwell weten.

In persberichten spreken organisaties wel vaker over 'een enorme groei', maar in het geval van Treatwell valt hier echt weinig op af te dingen. Het boekingssysteem werd eind 2013 gelanceerd en inmiddels heeft het bedrijf al honderdvijftig medewerkers in dienst. Treatwell heeft vestigingen in Amsterdam en Berlijn en het aantal aangesloten salon bedraagt inmiddels 2500. Op dit moment komen hier iedere maand zo'n drie- tot vierhonderd nieuwe salons bij.

Treatwell is opgericht door de ondernemers Laurens Groenendijk, Erik Wienk, Jan-Willem van Boeckel en Martijn Rozendaal. Eerder al stonden zij aan de wieg van succesvolle online marktplaatsen als JustEat.com en Booking.com. Internationaal verdienden zij hun sporen bij bedrijven als Procter & Gamble en Unilever.

Logische stap

"Na het grote succes van de iPhone-app was het nu tijd voor de volgende stap", verduidelijkt CEO Laurens Groenendijk. "We willen alle consumenten toegang bieden tot het gemakkelijk boeken van salonbehandelingen en daarnaast zien we dat inmiddels al bijna veertig procent van onze boekingen via smartphones wordt geplaatst. Het was dus een logische keuze om ook een Android-applicatie te lanceren."



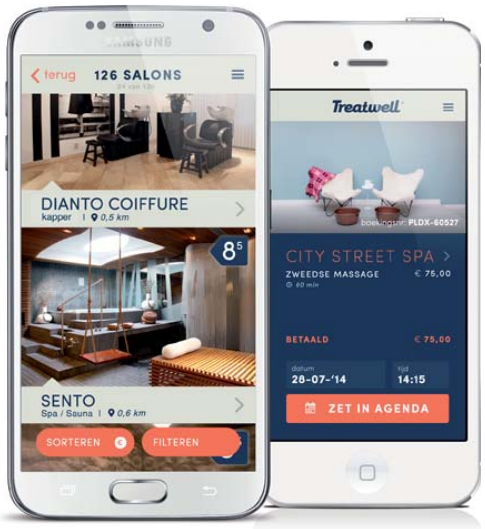
◀ *Consumenten hebben de mogelijkheid hun behandeling in de salon of in de app te betalen*

Beauty in je pocket

"De gratis Treatwell-app is ontworpen om consumenten keuze, gemak en inspiratie te bieden op ieder moment en iedere locatie, ofwel: 'Beauty in je pocket'. We streven ernaar om dit te bereiken met een combinatie van de juiste fotografie, een zorgvuldig geselecteerd aanbod van salons en handige features. Het totale aanbod bestaat inmiddels uit 2500 salons verspreid over Nederland, België en Duitsland. Dit aantal is precies tienmaal zo hoog als in het najaar van 2013, toen we met 250 salons begonnen."

Zoeken, boeken & betalen

Om het consumenten zo gemakkelijk mogelijk te maken om een keuze te maken, zitten er in de Treatwell App een aantal zoekmogelijkheden. Zo kan de consument filteren op type behandeling, de afstand tot de salon (vijf tot vijftig kilometer), de prijs (€ 15,- tot € 120+) en behandelingen alleen voor mannen. Ook is het mogelijk salons te sorteren op basis van populariteit en afstand. De Treatwell App is te downloaden in de Google Play Store (Android) en de App Store (iOS). Na het zoeken en selecteren van een salon, de behandeling, de datum en het tijdstip wordt de boeking gemaakt. Betalen is mogelijk in de salon of in de app.



▲ *De groeicijfers van Treatwell sinds de oprichting in oktober 2013 zijn indrukwekkend. Inmiddels zijn 2500 salons bij het boekingsplatform aangesloten en momenteel groeit dit aantal met zo'n drie- tot vierhonderd salons per maand*

Hoe sluiten salons zich aan?

Op de vraag hoe je er als saloneigenaar voor kunt zorgen dat je in de database en de app van Treatwell wordt opgenomen, antwoordt Laurens Groenendijk: "Dit is heel eenvoudig. Saloneigenaren kunnen contact opnemen met onze klantenservice, waarna er een aantal zaken wordt doorgenomen. Vervolgens komt er een vertegenwoordiger en een fotograaf langs in de salon. Er worden foto's van de salon gemaakt, de prijslijst wordt gedigitaliseerd en deze informatie wordt aan onze database toegevoegd. Ook krijgt de salon de keuze tussen gebruikmaking van onze gratis online agenda of de toezegging aan ons dat iedere order daadwerkelijk wordt uitgevoerd zoals de consument deze geboekt heeft. Aan salons rekenen we € 199,- opstartkosten en 15% commissie over behandelingen. Niet alleen steeds meer consumenten, maar ook steeds meer salons ontdekken de voordelen van Treatwell. Het totale bedrag aan omzet dat Treatwell aan de salons doorgeeft komt inmiddels in de buurt van één miljoen euro per maand."

Meer weten? Ga naar www.treatwell.nl, neem contact op met de klantenservice via tel. 020-7900190 of mail naar info@treatwell.nl

Omzet verhogen? Zorg dat je klanten kunnen pinnen!

In de meeste winkels is pinnen de normaalste zaak van de wereld. Voor starters en kleine ondernemers is het bieden van deze mogelijkheid echter minder vanzelfsprekend, zeker wanneer zij op verschillende locaties werken. Deze groep ondernemers ziet dan ook vaak af van een traditioneel pinapparaat vanwege de relatief hoge aanschafprijs en bijkomende vaste maandelijkse kosten. Juist voor hen biedt payleven een laagdrempelige oplossing. Met payleven kan iedere ondernemer nu pinbetalingen accepteren zonder veel geld te investeren en zonder vaste maandelijkse kosten.

▲ *Brenda Lenz, Hairsalon XS: "Ik merk dat als klanten eenmaal met hun pas gaan betalen, ze ook sneller geneigd zijn om nog een product mee te nemen of een extra behandeling te laten doen"*

Via de gratis payleven app (Android en iOS) maakt je smartphone of tablet verbinding met het payleven pinapparaat. Vervolgens kun je altijd en overal pin- en creditcardbetalingen accepteren zonder vaste kosten. Daarnaast biedt de app van payleven ook andere voordelen. Zo is het altijd mogelijk om uw transactieoverzicht te bekijken en kan er direct vanuit de app een bon worden verstuurd naar de klant.

Verder blijkt uit cijfers van Visa* dat één op de vier klanten niet terugkomt wanneer zij niet kunnen pinnen. Dus wil jij voortaan jouw klanten ook kunnen laten pinnen? Goed nieuws, want het pinapparaat is voor de lezers van De Kapper tot en met 31 augustus te koop van €79 voor €59. Ga naar www.payleven.nl, vul de unieke promotiecode KAPPER15 in en profiteer direct!

**Visa Annual Report 2014*

Een taxi boek je met Uber, een (ambulante) kapper met **GYLD**

Wat Uber is in de taxiwereld en Airbnb in de reiswereld, is het nieuwe online boekingssysteem GYLD voor de kappers- en visagiebranche. Via GYLD bezoekt de kapper voortaan de klant, in plaats van andersom.

Online boekingssystemen schieten de laatste tijd als paddenstoelen uit de grond, maar het mag gezegd: de introductie van GYLD is zeer professioneel opgezet en het systeem is anders-dan-anders doordat het volledig is gericht op behandelingen op locatie (en dus niet in een salon).

Ongetwijfeld komen er negatieve reacties van saloneigenaren op GYLD als een zoveelste bedreiging voor hun positie, maar eerlijk gezegd denken we niet dat dit een serieuze belemmering gaat worden voor dit nieuwe online boekingssysteem (hoewel Uber in de taxiwereld wèl succesvol is bestreden, maar die sector is om verschillende redenen moeilijk te vergelijken met de kappersbranche).

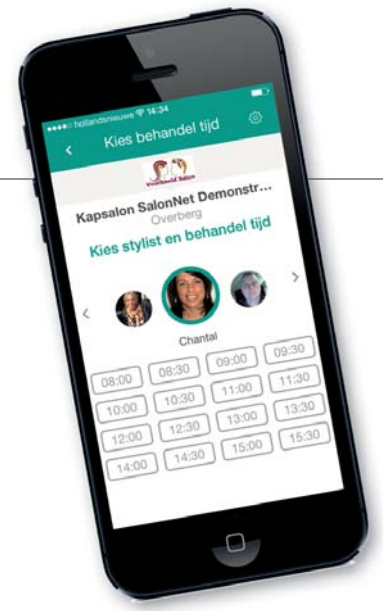
Hoe werkt het? Consumenten kiezen een kapper en een behandeling en boeken deze via www.gyld.nl. Eerdere klanten kunnen de kappers binnen het bestand van GYLD een cijfer geven en hen zo af- of aanraden bij andere gebruikers van het platform. Kappers kunnen op hun beurt aangeven wanneer ze beschikbaar zijn en in welke regio ze werken. Bij een boeking bezoekt de kapper de klant thuis of op kantoor. Hierdoor is GYLD bij uitstek geschikt voor ambulante kappers die zelf willen bepalen waar en wanneer ze werken. Vanwege de grote mate van flexibiliteit is GYLD ook handig voor consumenten.

GYLD benadrukt dat er met het systeem een hoger percentage inkomsten naar de kapper gaat, omdat deze geen marge meer hoeft af te dragen aan een baas of een vaste werkplek. GYLD is een initiatief van ondernemer Dave Rader en komt tot stand met crowdfunding. Wilt u investeren om het project van de grond te krijgen? Ga dan naar http://bit.ly/symbid-gyld.

Voor meer informatie en de introductievideo gaat je naar www.gyld.nl. Reageren op de komst van GYLD is mogelijk op de Facebook-pagina van vaktijdschrift De Kapper of per mail: j.kennis@gpmedia.nl

"De kappersmarkt is voortdurend in beweging. **SalonNet** houdt daar rekening mee"

Al vele jaren is Jack Duijf actief met SalonNet, een geautomatiseerd systeem voor salons dat zich onderscheidt door het bedieningsgemak, de functionaliteit en de betrouwbaarheid. "In de afgelopen jaren is het systeem steeds verder geperfectioneerd. Dit is een proces dat steeds doorgaat, want er zijn voortdurend nieuwe technische mogelijkheden en de kappersmarkt zelf staat natuurlijk ook niet stil. Meerdere updates per jaar garanderen dat kapsalons altijd werken met een systeem dat volledig up-to-date is", vertelt Jack Duijf.



Een belangrijk onderdeel van SalonNet is het online afsprakenboek. Hiermee maken klanten zelf een afspraak via een computer, tablet of smartphone. Deze laatste mogelijkheid is nieuw. De app van SalonNet (voor iOS en Android) wordt deze maand geïntroduceerd ▶

Voor en door kappers

"Bijzonder aan SalonNet is dat we veel samenwerken met kappers. De informatie die zij aandragen is heel waardevol en stelt ons in staat om de software steeds verder te verbeteren. Wat dit betreft kent onze service nagenoeg geen grenzen. Wij luisteren naar onze klanten! Stel dat een kapper die werkt met SalonNet aangeeft behoefte te hebben aan een specifieke uitbreiding of een extra functie, dan maken we deze. Vervolgens zorgen we er met een update voor dat alle gebruikers van SalonNet hiervan kunnen profiteren. Wat dat betreft is SalonNet dus met recht een systeem voor en door kappers. We helpen elkaar om vooruit te komen."

Compleet systeem

"SalonNet is een compleet systeem. Het gaat te ver om alle functies te benoemen, maar de belangrijkste zijn de kassa, voorraadbeheer, personeelsadministratie, online afsprakenboek en verschillende rapportages en statistieken. Deze stellen de kapper in staat om allerlei cijfers en feiten uit het systeem te filteren. Dit gaat heel eenvoudig. Je hoeft echt geen whizzkid te zijn om de juiste informatie boven tafel te krijgen en mocht dit toch niet lukken, dan staat onze helpdesk altijd klaar met een deskundig advies."

Graadmeters

"Veel salons zouden er in mijn ogen goed aan doen om zich meer en vaker in deze statistieken te verdiepen. Door dit te doen zie je vaak in één oogopslag hoe de zaken ervoor staan. Voorbeelden van deze graadmeters zijn bijvoorbeeld het rendement van de medewerkers, de omzetten per behandelgroep in geld en in aantallen, omzetvergelijk per periode, een margeoverzicht, gemiddelde dagomzetten, het verloop van klanten, de samenstelling van het klantenbestand en ga zo maar door. Informatie wordt getoond in duidelijke cijfers, grafieken en tabellen. Dit maakt het gemakkelijker om te vergelijken en de juiste conclusies te trekken."

Kosten

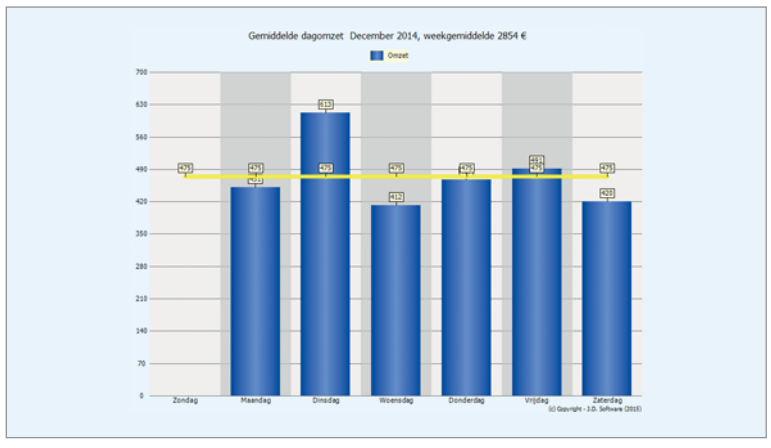
"SalonNet wordt geleverd als compleet systeem. Dit is zo gebruiksvriendelijk dat je er meteen mee aan de slag kunt, zelfs wanneer je weinig ervaring met computers hebt. Kortgeleden is de website van SalonNet volledig vernieuwd. Daar vindt u enkele recensies van klanten op, die de gebruiksvriendelijkheid zelf hebben ervaren. De bereikbaarheid en deskundigheid van de helpdesk wordt in deze testimonia vaak genoemd."

◀ Jack Duijf is de drijvende kracht achter SalonNet, een systeem dat in de afgelopen jaren flink is verbeterd. Vaak zijn de updates voortgekomen uit informatie van kappers die dagelijks met de software werken. Dit maakt SalonNet echt tot een systeem dat is ontwikkeld voor en door kappers

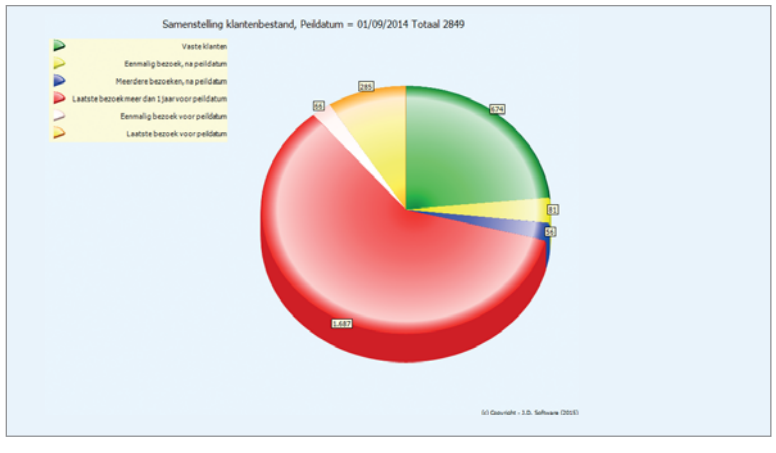
"Wanneer een kapsalon kiest voor SalonNet betaalt deze een vaste lage prijs. Starten is mogelijk zonder eenmalige kosten. Met andere woorden: de aanschaf is volledig gratis, ook de hulp bij het inrichten van de prijzen en het digitale afsprakenboek. Het enige dat de kapper betaalt zijn de abonnementskosten vanaf € 25,- per maand plus de eventuele kosten van de aantal online afspraken. Meer uitgebreide informatie hierover is te vinden op salonnet.eu. Vanzelfsprekend zijn de helpdesk en de online backup van het systeem bij de basisprijs inbegrepen."

Meer informatie:

SalonNet
Tel. 0343-758252
www.salonnet.eu



Informatie wordt getoond in cijfers, maar ook in duidelijke grafieken en tabellen. Hierdoor ziet de kapper in één oogopslag hoe de zaken ervoor staan



BaBylissPRO™

FX811RE

Gegarandeerd 100% full power, ongeacht de weerstand!

FX811E

Innovatieve MaxLifePRO™ motor

ongeacht de weerstand, 100% full power

De BaByliss PRO Volare XT is de eerste tondeuse die niet langzamer wordt door de weerstand van het haar. Ongeacht welke dikte of structuur het haar heeft, de tondeuse levert altijd dezelfde hoge prestaties.

Dit komt door de nieuwste door BaByliss PRO ontwikkelde innovatie: de MaxLifePRO™ motor. Deze motor wordt elektronisch aangedreven waardoor de tondeuse altijd op full power presteerd.

Door de combinatie van de MaxLifePRO™ motor en uiterst scherpe messen is de BaByliss PRO Volare XT dé meest krachtige tondeuse.

maxlife PRO

Meer informatie: www.babylisspro.nl

Wat inspireert jou om te kiezen voor de BaByliss PRO Volare X2?

"Barbers en het echte vakmanschap zijn niet meer weg te denken uit de kapperswereld. Strakke opgeschoren kapsels, mooie fades en goed gestylde baarden... dit bereik je in een handomdraai met deze top tondeuse! Super fijn dat deze tondeuse krachtig en toch ook snoerloos is. Dit is zeker de krachtigste tondeuse die ik ooit heb gebruikt!"

Vincent Langedijk
Creative Director Rob Peetoom
Hair & Make-up Salon Amsterdam

Voordelen MaxLifePRO™

- Ongeacht de weerstand, 100% full power
- Lichtgewicht
- Ultra-lage trillingen
- Stil in gebruik
- Uiterst lange levensduur* (tot 10.000 uren)

** Reguliere motoren hebben een looptijd tot 700 uur. De MaxLifePRO™ borstelloze motor gaat tot wel 10.000 uur mee!*

Alleen voor échte professionals!

Arjan Bevers Hairdresser of the Year 2015!

Op zondagavond 10 mei werd in Hilversum de 24e editie van het Coiffure Award-gala gehouden. Grote winnaar van de avond was Arjan Bevers van Avanti Kappers uit Helmond. Hij werd bekroond tot Hairdresser of the Year 2015.

Fotografie: Jeroen Snijders

Hoogtepunten van het podiumprogramma waren een optreden van Ruth Jacott en trendpresentaties van het Schwarzkopf Professional Academy Team en Mark van Westerop, Hairdresser of the Year 2014. De presentatie van de avond was in handen van Humberto Tan.

Marriët Gakes: Hall of Fame

Naast Arjan Bevers was er nog een grote winnaar. De organisatie maakte bekend dat Marriët Gakes (Color Director van Salon B en B Academy) is opgenomen in de 'Hall of Fame', die tot nu toe bestaat uit Robert van der Horst, Ad en Jane Peters, Andy Uffels en Berni Ottjes. De toelating van Marriët tot dit zeer selecte gezelschap is onder meer ingegeven doordat zij in 2008, 2012, 2013 en 2014 een Schwarzkopf Hair Colour Technician Award won.

Winnaars per categorie

De lijst met winnaars per categorie van de 24e Coiffure Awards ziet er als volgt uit:

Hairstyling: Arjan Bevers
Fotografie: Giel Domen
Visagie: Mireille Bevers
Styling: Ashley Veraart

- Dames regio Groningen, Friesland, Drenthe en Overijssel: Hakan Alacali, Blur Hairstudio
- Dames regio Utrecht, Zuid-Holland en Gelderland: Tim Kruik, Tim Kruik Hairstudio
- Dames regio Noord-Holland en Flevoland: Annemijn Groot, Bob Jansen haar en make-up
- Dames regio Zeeland, Noord-Brabant en Limburg: Arjan Bevers, Avanti Kappers
- Heren regio Noord: Lisette Veldink, Pro-Solo
- Heren regio Zuid: Jordy de Groot, Jordy's Hair
- Avantgarde: Marina Michiels, Create Hair & Beauty
- Newcomer of the Year: Indyra van Gastel, Hairdealer
- Consumer Award: Pem Meulendijks, TOP Kappers
- Pers Award: Hester Wernert-Rijn, Mogeen
- Schwarzkopf Hair Colour Technician Award: Liesbeth Appeldoorn, Harry Goede Haarmode
- Team Award: Pro-Solo, Alkmaar

'Perfecte balans'

In hun rapport roemde de jury Arjan Bevers om zijn vernieuwende visie op haarmode. In het rapport wordt gesproken van "perfecte balans tussen fluweelzachte kleuren, vooruitstrevende vormen en draagbaar haar. Een zeer inspirerende collectie die in perfectie is uitgevoerd." Al tweemaal eerder (2012 & 2014) won Arjan Bevers een Coiffure Award in de categorie Heren Zuid. Behalve de ultieme 'over all'-prijs won Arjan dit jaar de award voor beste dameskapsels in de regio Zeeland, Noord-Brabant en Limburg en een tweede plaats in de categorie herenkapsels Zuid.

Veel meer informatie, de winnende beelden en juryrapporten zijn te vinden op www.coiffureaward.nl

BarberBooking

De grootste kappersbookingssite van Nederland.

Bijna **50%** van de **online afspraken** wordt **buiten openingstijden** van je salon gemaakt.
Die wil je toch niet missen?

www.barberbooking.com/kapper

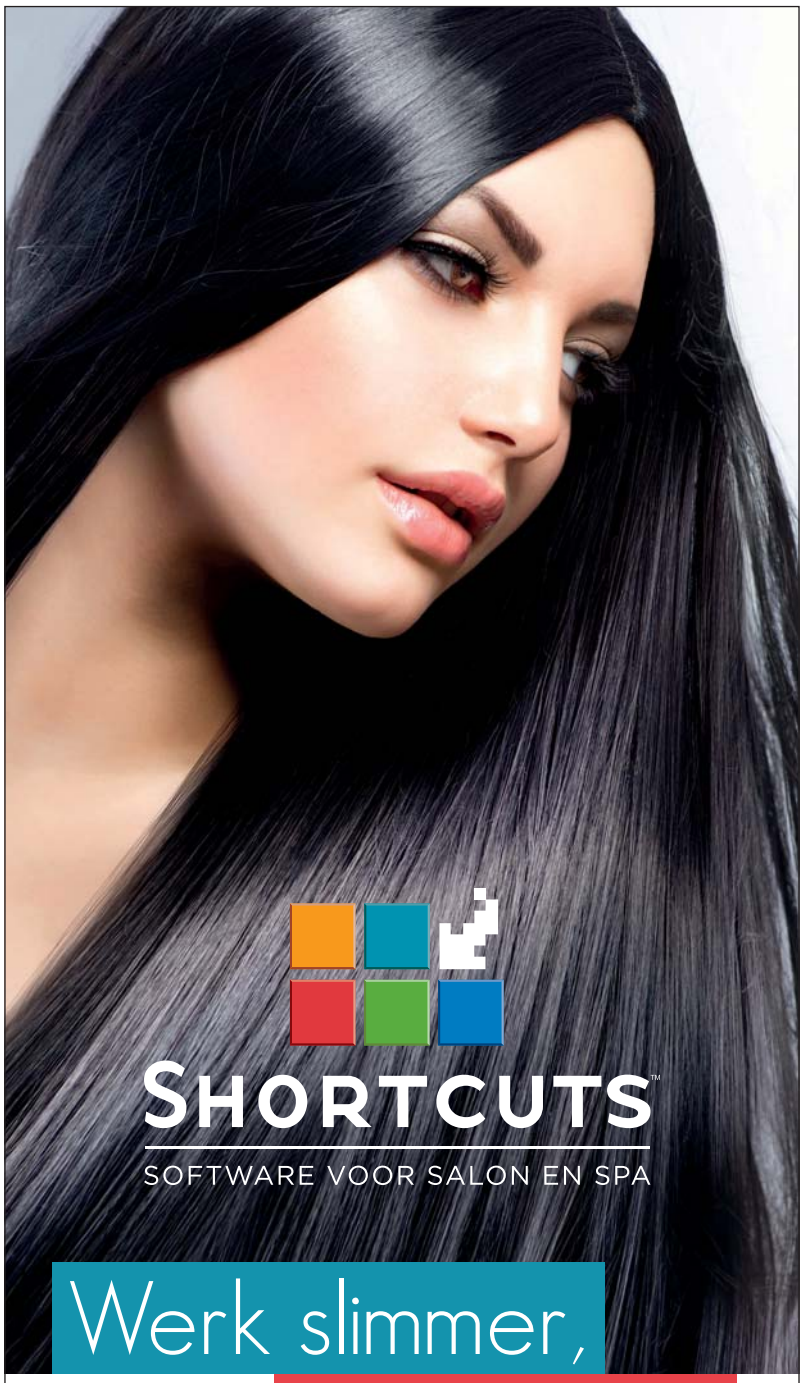
Powered by Da Vinci Salonautomatisering.nl

www.haaro.eu
Verkrijgbaar bij alle gekwalificeerde dealers

Cor Koot Kappersscharenslijperij

geknipt voor uw schaar!

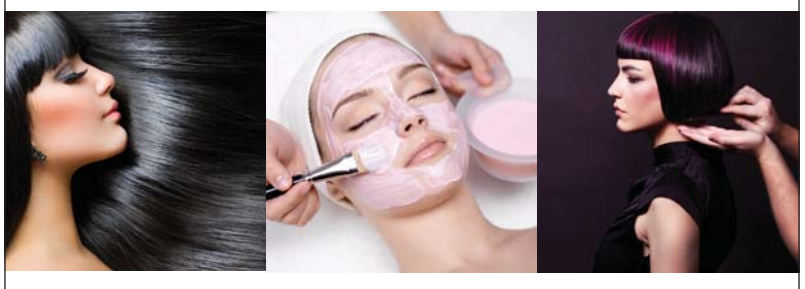
Cor Koot Kappersscharenslijperij, Westringdijk 49,
2913 LL Nieuwerkerk a/d IJssel - Tel. 0180 632 139



SHORTCUTS™
SOFTWARE VOOR SALON EN SPA

Werk slimmer,
niet harder.

0499/33.09.10
www.shortcutssoftware.nl
info@shortcutssoftware.nl



Jochem Otto is marketingdeskundige en eigenaar van het interactief marketingbureau Marketing Generation (MGen). Zijn specialiteit is het creëren van een (online) beleving. Daarbij adviseert en ondersteunt hij verschillende kleine en grote bedrijven op het gebied van interactieve marketing en live communicatie.

Veel MKB'ers doen weinig aan marketing. Dat geldt ook voor kappers. Dit heeft vaak verschillende redenen, maar meestal heeft het te maken met gebrek aan tijd en kennis. En met kosten. Maar bij marketing moet je niet denken in tijd en kosten, maar juist in opbrengsten. Ook moet je niet alleen uitgaan van je onderbuikgevoel, maar van je onderneming. Stel jezelf de vraag wie je klanten zijn, hoe je klantenbestand is opgebouwd, hoe je omzet groeit. Kortom: maak een analyse van je bedrijf en bekijk waar je kansen en bedreigingen liggen. Op die manier kun je bepaalde marketingacties verzinnen om je gewenste doelen te bereiken.

Alleen: hoe kom je aan marketingtools en geschikt materiaal om die acties uit te voeren? Het antwoord hoeft niet ingewikkeld te zijn. Neem De Nederlandse Haarlijn. Met de toolkit die zij ontwikkelen beschik je niet alleen over uitgebreid vaktechnisch trainingsmateriaal, maar ook over inspirerend fotomateriaal gericht op de hedendaagse consument. Bovendien ontvang je diverse kant-en-klare marketinguitingen zoals (mail)kaarten die jezelf kunt laten drukken of printen. Die kun je bijvoorbeeld inzetten om nieuwe klanten te benaderen of om bestaande klanten te behouden en te inspireren. In de toolkit zitten ook voorbeelden van opgemaakte advertenties, posters en persmateriaal. En het mooie van alles is: De Haarlijn wordt vanuit diverse media zoals huis-aan-huiskranten ondersteund om jouw klanten te inspireren vaker naar de kapper te gaan. Daar hoef je zelf niets aan te doen.

"Marketing hoeft niet moeilijk te zijn"

Met een tool als De Nederlandse Haarlijn kun je als kapper dus zowel vaktechnisch als marketingtechnisch scoren bij je klanten.

Momenteel wordt weer hard gewerkt aan de Nederlandse Haarlijn voor het najaar. Deze zal op 28 september worden gepresenteerd in het Orpheus theater te Apeldoorn. Mijn tip: save the date en houd de website www.nederlandse-haarlijn.nl in de gaten!

Na drie jaar neemt Jochem Otto afscheid als columnist van vaktijdschrift De Kapper. De redactie bedankt hem hartelijk voor zijn inzet, enthousiasme en praktische marketingtips! Wil je Jochem blijven volgen? Dat kan via Twitter (@jochemotto) en Facebook (MarketingGeneration).

Hair Division lanceert Zwitserse haarversterker **Eslabondexx** in Nederland

Als er op dit moment één onderwerp is waarover in de kappersbranche veel wordt gepraat dan zijn het wel haarversterkers; producten die het haar beschermen tegen de schadelijke invloeden van chemische behandelingen en de conditie van het haar zelfs verbeteren. Met zijn bedrijf Hair Division introduceert Raymond van Someren nu de Zwitserse haarversterker Eslabondexx in Nederland.

"Eslabondexx werkt met drie producten die elkaar versterken. De Connector wordt toegevoegd aan kleur-, blonderings- of omvormingsproducten en hierbij maakt het niet uit met welk merk er gewerkt wordt. Tijdens de behandeling biedt de Connector effectieve bescherming van het haar en worden binnenin het haar nieuwe bindingen gecreëerd. Het tweede product, de Amplifier, is een versterkende crème die de nieuwe bindingen in de haarschors herenigt en tegelijkertijd zorgt voor krachtige hydratatie. De Sustainer ten slotte is een thuisproduct dat het haar verzacht, verzorgt en extra glans geeft", verduidelijkt Raymond van Someren.

"Voor kappers is Eslabondexx verkrijgbaar bij Hair Division en bij een aantal geselecteerde groothandels. Voor salons die willen kennismaken met het product is er een compacte kit samengesteld met daarin drie 100ml-verpakkingen van de Connector, de Amplifier en de Sustainer. Samen zijn deze goed voor twintig behandelingen en deze bied ik aan voor € 47,60 (ex. btw). Daarnaast is er de Salon Kit bestaande uit 500 ml. Connector en 500 ml. Amplifier. Deze kit is goed voor zeventig behandelingen en kost € 124,- (ex. btw)."

Het Eslabondexx-systeem bestaat uit drie elkaar versterkende producten

Voor meer informatie, verkoopadressen en de precieze gebruiksaanwijzing van Eslabondexx neemt u contact op met:

Hair Division
Tel. 0493-495961
info@hair-division.com
www.eslabondexx.nl

"Salons op een praktische manier ondersteunen is het belangrijkste doel van **Kappers BHV**"

In 2009 kwam saloneigenaar Gijs te Brake op het idee om zijn ervaring als EHBO-instructeur en brandweervrijwilliger met andere kappers te delen. Kappers BHV was geboren en inmiddels geeft de organisatie trainingen op 23 locaties in heel Nederland. Ook worden er met grote regelmaat 'in company'-trainingen in de salon zelf gegeven. "Ondersteuning van kappers is het belangrijkste doel van Kappers BHV", benadrukt Gijs. "Dit doe ik met trainingen, maar bijvoorbeeld ook door salons te helpen met hun risico-inventarisatie."

Op de vraag wat kappers precies leren tijdens de trainingen van Kappers BHV antwoordt Gijs: "Deze bestaan uit drie onderdelen, die tijdens twee dagdelen behandeld worden. Het onderdeel levensreddende handelingen bestaat uit reanimatie, AED, stabiele zijligging en het gebruik van de BHV-koffer. De twee andere onderdelen gaan in op de thema's brand en ontruiming. Ik probeer de stof altijd zoveel mogelijk te vertalen naar de praktijk in de salon. Bijvoorbeeld: hoe kun je een klant snel en veilig uit een behandelstoel halen wanneer deze dit zelf niet kan? Cursisten vinden het altijd een prettig idee dat ze na de training voorbereid zijn op het onverwachte. Met andere woorden: met Kappers BHV ben je iedere situatie de baas."

Gijs te Brake: kappers werken de hele dag met mensen en er kan altijd iets gebeuren. Daarom is het prettig te weten wat je moet doen wanneer zich een noodsituatie voordoet

"Salons die meer dan één medewerker hebben zijn in Nederland wettelijk verplicht om minimaal één BHV'er in hun team te hebben. Wanneer tijdens controle van de arbeidsinspectie blijkt dat je hier niet aan voldoet zijn de boetes behoorlijk stevig. Dit gaat al snel om enkele honderden euro's. Maar afgezien van de wettelijke regelgeving is het voor kappers gewoon prettig om het BHV-diploma op zak te hebben. Per slot van rekening werken ze de hele dag met mensen en er kan altijd iets gebeuren. Dit geldt natuurlijk ook voor zzp'ers en ambulante kappers."

Risicoinventarisatie: RI&E van Healthy Hairdresser ism ANKO

"Ik help kappers niet alleen op het gebied van BHV, maar ook met de risicoinventarisatie. Sinds enkele jaren is het voor salons verplicht om zo'n inventarisatie te hebben, maar ik weet dat veel kappers het voor zich uit schuiven om deze in te vullen en ik krijg dagelijks telefoontjes over dit onderwerp. Dat begrijp ik wel, want het is taaie kost en de vragen die hiervoor beantwoord moeten worden zijn behoorlijk gedetailleerd. Salons die klant zijn van Kappers BHV help ik graag om de risicoinventarisatie op een goede manier in te vullen. Ik ben me ervan bewust dat er leukere dingen bestaan om je tijd aan te besteden, maar aan de andere kant gaat het hier wel over veilig en gezond werken en dus is het toch wel belangrijk om er even serieus voor te gaan zitten."

Komende maanden geeft Kappers BHV weer een groot aantal trainingen in het hele land. Voor meer informatie over de precieze data en locaties gaat u naar www.kappers-bhv.nl of neemt u contact op via tel. 06-50416338.

L'ANZA Cleansing Cream

Steeds meer mensen proberen zo gezond mogelijk te leven, terwijl ze vaak ook een volle agenda en dus weinig tijd hebben. Om hierop in te spelen ontwikkelde L'ANZA het product Cleansing Cream, de nieuwste toevoeging aan de lijn Keratin Healing Oil.

De Cleansing Cream is speciaal bedoeld voor mensen die hun haar bijvoorbeeld een dag niet willen wassen met een traditionele shampoo, maar het in plaats daarvan willen opfrissen en onaangename geurtjes willen verwijderen. Het product is bij uitstek geschikt voor mensen die veel sporten en/of tijd willen besparen. Na behandeling is het haar heerlijk fris, gehydrateerd en versterkt.

Meer informatie: L'ANZA Benelux
Tel. 055-5431111, www.lanza.eu

Rose Rendezvous Treatment: een betoverende zomerbehandeling

Ondernemende kapsalons verdiepen zich steeds meer in wellness-behandelingen en beautyproducten. De nieuwe Rose Rendezvous Treatment van Malu Wilz Beauté past goed binnen een dergelijk all-in-concept. De roosextracten die zijn verwerkt in deze behandeling stimuleren de celvernieuwing van de huid en hydrateren deze intensief.

In de nieuwe behandeling combineert Malu Wilz rozenwater met andere bloesemextracten. Centraal hierbij staat de Damascener roos, waaruit het rozenwater wordt gewonnen. Deze rozensoort bevat meer etherische oliën en geurstoffen dan elke andere soort. Dat maakt de bloem al eeuwen zo populair voor de productie van hoogwaardige parfums.

De behandeling

Naast een knipbeurt kan de klant nu ook genieten van een volledige huidbehandeling en als herboren de deur uitgaan. De Rose Rendezvous Treatment is een behandeling voor alle huidtypen en daarmee geschikt voor alle typen klanten. De behandeling kan het beste worden omschreven als een vocht-inbrengende en kalmerende treatment. De flavonoïden uit de producten versterken de epidermis en werken tegelijkertijd als radicaalvanger. Daarnaast voorkomen ze de enzymatische afbraak van collageen en elastine.

De producten

De treatment bestaat uit meerdere, elkaar aanvullende producten. De Tender Rose Tonic geeft afwisseling in het reinigingsritueel en de nieuwe massagecrème heeft de soepelheid van een crème die de klant de klant volledig tot rust brengt. Het Rose Facial Mask verzorgt de huid met vocht en zorgt voor een zichtbaar steviger huidbeeld. De Hyper Sensitive Decolleté Cream maakt de huid van het decolleté strakker en kalmeert dit gevoelige huidgedeelte. Het gelachtige Tender Rose Elixir is voor elk huidtype geschikt en biedt extra veel vocht en verzorging. De nieuwe Tender Rose Cream combineert een verwenmoment met een effectieve verzorging.

Voor aanvullende informatie: Haparko Cosmetics
Tel. 078-6816628, www.webshopmaluwilz.nl, www.haparko.nl

barnum.

PIONEERING TECHNOLOGY

Magnesium Hairdryer - Magnesium Straightener - Magnesium Thermal Brush - Graphite Thermal Brush - Ysocel Thermal Brush

mad about hair

Een onvoorwaardelijke liefde voor haar, daarvoor staat Barnum. Met unieke technologische innovaties, zoals de geavanceerde Magnesium, Graphite en Ysocel technologie, ontwikkelt Barnum dé ultieme tools die een professionele kapper verdient.

Barnum staat voor puurheid en design en maakt daarbij gebruik van eersteklas materialen, steeds rekening houdend met ergonomie. Het gaat om iconische, boeiende productontwikkelingen, met één enkel doel: voldoen aan alle verwachtingen van diegenen die gek zijn van haar!

www.barnum-hair.com

Exclusief bij

PRO DUO

U-Consultancy: opleiding dermatologie voor kappers en haarwerkers binnenkort weer van start

In de afgelopen jaren is de concurrentie in de kappersbranche flink toegenomen. Daarom is het belangrijker dan ooit om onderscheidend te zijn, vakkennis up-to-date te houden en klanten een professioneel advies te kunnen geven op het gebied van haar- en hoofdhuidproblemen. Om dit te bereiken heeft U-Consultancy de opleiding dermatologie voor kappers en haarwerkers ontwikkeld.

Met deze opleiding ontwikkel je extra dermatologische kennis, zodat je in staat bent haar- en hoofdhuidaandoeningen sneller te herkennen en klanten een goed en onafhankelijk advies te geven.

"Binnen het brede vakgebied van kappers en haarwerkers volgen ontwikkelingen elkaar snel op. U-Consultancy sluit hierop aan door een tweedaagse opleiding te verzorgen met modules die in het teken staan van deze ontwikkelingen", vertelt Carla Uppelschoten van U-Consultancy. "Tijdens deze dagen wordt jouw kennis bijgespijkerd op het gebied van anatomie van hoofdhuid en haren. Hetzelfde geldt voor dermatologische hoofdhuidproblemen zoals psoriasis, eczeem en infecties, vlekjes en plekjes op de hoofdhuid en haargrens. De lessen worden gegeven door ervaren dermatologen."

"De basisopleiding wordt dit jaar nog gegeven op 28 en 29 juni in Gent (B), met de mogelijkheid tot overnachting en diner. In Nederland wordt deze opleiding gegeven op 21 september en 2 november in Bunnik. Wanneer je de basisopleiding hebt afgerond, kun je beginnen aan de vervolgopleiding die dit jaar wordt gegeven op 9 november en 7 december in Bunnik."

Voor aanvullende informatie: U-Consultancy
Tel. 030-6044170 , www.uconsultancy.nl

Word een Pro met de **Hairloxx** Professional Hairextensions Training

Hairextensions zijn allang geen hype meer, maar juist volledig geïntegreerd in het huidige straatbeeld. Een volumebehandeling, een paar subtiele accenten of een volledige haarverlenging: het zijn allemaal reguliere salonbehandelingen geworden. Vanwege de enorme vraag naar hairextensions biedt Hairloxx een professionele training aan die van iedere kapper een extensionspecialist maakt.

De Hairloxx Professional Hairextensions Training is een training op maat en wordt gegeven door absolute experts op het gebied van hairextensions. Gedurende drie avonden of dagdelen komen alle ins en outs aan bod: van de achtergrond van hairextensions tot het inzetten op een hoogwaardige en onschadelijke manier. Ook het geven van het juiste advies aan de klant is een belangrijk item tijdens de training.

Hairloxx Professional Hairextensions zijn voor consumenten alleen verkrijgbaar bij gecertificeerde salons, waaronder alle Beauty by Roos-salons. Meer informatie: www.hairloxx.com

Na het succesvol afronden van de training en 100% gebleken vaardigheid ontvangt de deelnemer een certificaat inclusief een licentie om de hoogkwalitatieve maar tevens betaalbare Hairloxx Professional-extensions te kunnen inkopen. En kwaliteit is de basis van succes, dus ook na de training blijft Hairloxx Professional bereikbaar voor extra begeleiding, bijscholing en advies.

Wil je ook een Hairloxx Professional worden? Schrijf je dan nu in via: www.hairloxx.com/nl/trainingen

BOOSTYOURCOLOR

Wanneer heeft u succes met een kleur? Natuurlijk als die precies naar wens is, mooi dekt en lang houdt. Wilt u uw klanten écht verrassen, kleur hun haar dan met KIS KeraCream COLOR van Kappers. Nú uitgebreid met drie krachtige colorboosters, drie ultralighteners en drie hazelnoottinten. Maak kennis met de ongekende mogelijkheden van KIS en vraag uw groothandelaar naar de aanvulling op de kleurenkaart.

WWW.KAPPERS.EU / 055-5431111

Luxe Britse kapperstools van **Diva Professional** nu ook in Nederland!

Diva Professional Styling is een kappersmerk uit Londen dat in de UK en vele andere landen al zeer succesvol is. Een belangrijke reden hiervoor is de luxueuze uitstraling van de tools die gecombineerd wordt met de nieuwste technologieën. Ook de omvang van het assortiment (bestaande uit meer dan vijftig verschillende modellen) draagt eraan bij dat het merk favoriet is bij een groot aantal toonaangevende hairstylisten uit verschillende landen. Bij Ruud Boshuyzen is het succes van Diva Professional niet onopgemerkt gebleven. Samen met zijn partner Astrid van Gool introduceert hij het merk nu op de Nederlandse markt.

In de afgelopen jaren hebben Ruud en Astrid verschillende bekende kappersmerken vertegenwoordigd. In 2013 zijn ze hun eigen haarcosmetica- en lifestylemerk Pimp Amsterdam gestart. "De uitstraling en kwaliteit van Diva Professional sluiten perfect aan op Pimp Amsterdam, dus we zijn er erg trots op dat we deze topmerken in Nederland groot mogen gaan maken met ons bedrijf Creative Genius Holding", aldus Ruud en Astrid.

Sterk merk, ook op de lange termijn

"Het assortiment van Diva Professional bestaat uit föhns, straighteners, stylers, wavers, crimpers, rollers, borstels en clippers. Deze zijn allemaal ontwikkeld voor en in samenwerking met hair professionals. De manier waarop wij het merk in Nederland in de markt zetten sluit hierop aan: de producten komen dus niet in de schappen van de groothandel te liggen, maar zijn voor professionele kappers uitsluitend via ons verkrijgbaar. Consumenten kunnen de tools aanschaffen bij de kapper en via Johnbeerens.com. Op die manier zorgen we ervoor dat Diva Professional ook op de lange termijn een sterk merk blijft."

Ruud Boshuyzen

Trends & technologieën

"Diva Professional is een merk dat altijd inspeelt op de laatste trends. Wanneer er een nieuwe haarmodetrend ontstaat, is er altijd een stylingtool waarmee deze look gecreëerd kan worden. Deze werkwijze heeft eraan bijgedragen dat Diva Professional in de afgelopen jaren verschillende prijzen heeft gewonnen. Ook de toepassing van de nieuwste technologieën hebben hiervoor gezorgd. Zo zijn alle hot tools uitgevoerd met een 'warmte boost'-functie, die het apparaat binnen enkele seconden op temperatuur brengt."

"Ook vele andere technologieën zijn door Diva Professional in eigen huis ontwikkeld. De MAK Technologie bijvoorbeeld combineert toermalijnen en keramische onderdelen met macadamia-olie, argan-olie en keratine voor een prachtig glad en glanzend resultaat. Ook zeer innovatief is de Nano-Diamond-technologie die zorgt voor pluisvrij, perfect glad haar met een prachtige glans. De Infinity Field Ionic Technology ten slotte zorgt ervoor dat de hitte van een stijl- of krultang evenredig over de platen of staaf wordt verspreid, waardoor kapsels langer mooi blijven."

Meer informatie: Creative Genius Holding/Diva Professional
Tel. 06-13131913,
www.facebook.com/DivatoolsNL,
www.divatools.nl

Apparatuur van Diva Professional combineert een luxe design altijd met innovatieve technologieën. Hierdoor heeft het merk al vele internationale prijzen gewonnen. In Nederland wordt het merk sinds kort vertegenwoordigd door Creative Genius Holding

Fantasierijke 'Mermaids'-shoot is een wereld op zich

De fantasierijke inzending 'Mermaids' van visagist/hairstylist Mariska de Jong heeft geleid tot een nominatie in de categorie Avant Garde van de Coiffure Award. Het is Mariska's passie om surrealistische creaties te maken met behulp van pruiken en opvallende technieken. De redactie van De Kapper sprak met Mariska over het verhaal achter deze bijzondere fotoshoot.

Mariska de Jong heeft op veel verschillende manieren ervaring opgedaan als hairstylist. Zo heeft ze een opleiding gedaan bij Hester Wernert-Rijn en werkt ze regelmatig mee aan presentaties, shows en evenementen van toonaangevende merken als L'Oréal Professionnel. Haar talent werd al snel opgemerkt waardoor een deelname aan de Coiffure Award niet lang op zich liet wachten. "Het is voor mij een uitdaging om consumenten en collega-kappers verder te laten kijken en hen te laten zien wat je allemaal met haar kan doen. Ik kan mijn passie en creativiteit volledig de vrije loop laten bij de creatie van deze spectaculaire kapsels", aldus Mariska.

Een levensechte zeemeermin

De inzending 'Mermaids' resulteerde uiteindelijk in een tweede plaats binnen de categorie Avant Garde. Op de vraag waar ze de inspiratie voor de fotoshoot vandaan haalde, antwoordt ze dat een klant haar op het idee bracht. "Zij was voor haar dochter op zoek naar een 'mono-tail' waarmee kinderen kunnen zwemmen als een zeemeermin. Ze vertelde mij over een Amerikaanse fabrikant die levensechte zeemeerminnenstaarten maakt. Dit bracht mij op het idee voor de fotoshoot. Ik heb meteen mijn goede vriend en fotograaf Giel Domen gebeld om hem ervan te overtuigen dat dit hét idee was om de eerste plek te behalen."

Vilt- en snippertechniek

Het was een grote uitdaging om de ideeën van Mariska te realiseren. Zelf geeft ze aan een visueel persoon te zijn, waarbij ze de beelden in haar hoofd probeert uit te tekenen op papier. "Ik wil de lat hoog leggen en iets laten zien wat nog niemand eerder heeft gezien. We hebben alles uit de kast gehaald wat betreft knip- en stylingtechnieken. De voorbereiding van deze looks kostte enkele weken tot maanden. We werkten met veel haarstukken en hebben tijdrovende vilt- en snippertechnieken toegepast om het haar de juiste textuur te geven."

Kroon op het werk

Ondanks dat Mariska geen eerste plek heeft behaald, is ze toch erg trots op haar inzending. "Het heeft heel veel moeite gekost, maar ik heb er ook veel van geleerd. Ik ben tevreden met het niveau dat ik heb behaald en dat ik de mogelijkheid heb gekregen om te kunnen laten zien wat ik in huis heb. Momenteel ben ik aan het kijken voor een deelname aan internationale wedstrijden en andere grote evenementen. Maar voor nu wil ik me weer concentreren op mijn beautysalon VIP Cosmetics in Breda en mijn freelancewerk als hairstylist. Kortom, ik zit niet stil!"

Voor meer informatie: VIP Cosmetics
Tel. 076 5219302, www.mariskadejong.nl

Credits:
Haar: Mariska de Jong
Kapsalon: VIP Cosmetics, Breda
Fotografie: Giel Domen
Visagie: Mariska de Jong
Styling: Ashley Veraart

U Consultancy

toonaangevend in opleidingen dermatologie!

GOED ADVIES VEREIST GOEDE TRAINING
Het herkennen van haar- en hoofdhuidproblemen is essentieel.

Hierdoor bent u in staat uw klanten op verantwoorde wijze behandelingen en professioneel advies te kunnen geven. U-Consultancy kan u daarbij helpen met de praktijkgerichte Opleiding Dermatologie.

De opleiding bestaat uit 8 modules:

- Anatomie / Fysiologie van hoofdhuid en haren
- Psoriasis, eczeem, infecties en behandelingen
- Vlekjes en plekjes op hoofdhuid en haargrens
- Dermatologische problemen aan haren en hoofdhuid
- Haarkleur en haaruitval
- Te veel haar, te weinig haar
- Dermatologische problemen hoofdhuid, snor- en baardstreek
- Casuïstiek bespreking

Basisopleiding (modules 1 t/m 4)
Gent (België) 28 juni en 29 juni 2015
Bunnik 21 september en 2 november 2015
Bunnik: 1 februari en 7 maart 2016

Vervolgopleiding (modules 5 t/m 8)
Bunnik 9 november en 7 december 2015
Bunnik 23 mei en 20 juni 2016

www.uconsultancy.nl | info@uconsultancy.nl | T 030-6044170

BLACK
IS BEAUTIFUL

Jaguart
JAGUAR
THE NEW COLLECTION

WWW.JAGUAR-SOLINGEN.COM

De Rooij Hair & Beauty uit Vaassen (ten noorden van Apeldoorn) is één van de meest succesvolle salons uit de regio. In de afgelopen jaren bouwden eigenaars Patrick en Patricia de Rooij de onderneming uit tot een zaak waar klanten niet alleen terecht kunnen voor kappersbehandelingen, maar ook voor een uitgebreid pakket aan beauty- en wellnesstreatments. Het resultaat hiervan is dat beide segmenten elkaar als het ware versterken en het team van De Rooij Hair & Beauty volop mogelijkheden heeft om klanten volledig te verzorgen. Vanuit commercieel oogpunt leidt dit uiteraard ook tot nieuwe perspectieven. Een half jaar geleden is de focus op beauty verder geprofessionaliseerd door een samenwerking aan te gaan met Beauty by Dorien, het merk van de succesvolle beautyondernemer Dorien Schonenberg. "De kennismaking met Dorien voelde als een warm bad. Het partnership met haar merk heeft ons geholpen om de professionaliteit van ons bedrijf nog verder aan te scherpen", aldus Patrick en Patricia.

"Al sinds 1920 is op dit adres in het centrum van Vaassen een kapsalon gevestigd", vertelt Patrick de Rooij. "Na het afronden van de kappersschool ben ik hier op vijftienjarige leeftijd gaan werken. Samen met Patricia heb ik de zaak zo'n twintig jaar geleden overgenomen en in 2005 hebben we rigoureus verbouwd. In diezelfde periode zijn we ons gaan richten op de combinatie van hair, beauty en wellness."

Patricia: "In eerste instantie zijn we op een kleinschalige manier gestart met beautybehandelingen. Hiervoor werkten we samen met een schoonheidsspecialist die ons op dit gebied adviseerde en die hier op een vaste dag in de salon werkte. Deze activiteit hebben we gestaag verder uitgebreid. Na het volgen van trainingen zijn we de behandelingen zelf gaan uitvoeren. Het educatieve traject is zeer belangrijk geweest, want beauty- en huidverzorgende behandelingen zijn uiteraard een hele andere tak van sport dan kappersbehandelingen. Als je hier echt serieus mee aan de slag wilt, kan ik iedereen adviseren om een goede opleiding te doen zodat je weet waarover je praat. Dat past sowieso goed bij ons: als we iets doen, doen we het goed en gaan we er helemaal voor."

"Hoewel de vaktechniek natuurlijk heel anders is, bestaan er in mijn optiek ook duidelijke overeenkomsten tussen het aanbieden van kappers- en beauty-/wellnessbehandelingen. Voor beide geldt dat het geven van aandacht aan de klant essentieel is. Voorafgaand aan een behandeling hebben we een gesprekje met de klant. Niet alleen om deze op zijn of haar gemak te stellen en het persoonlijke contact te leggen, maar ook om de wensen van de klant in kaart te brengen. Wanneer je zo'n gesprek op een goede manier voert zijn er ook volop mogelijkheden om de nadruk te leggen op de combinatie van hair en beauty. Het gebeurt maar al te vaak dat we een klant die voor een kappersbehandeling naar de zaak komt ook kunnen interesseren voor een beautytreatment en vice versa. Wat dit betreft zou je kunnen zeggen dat er bij ons eigenlijk geen grenzen bestaan tussen hair, beauty en wellness. Deze verschillende segmenten lopen als het ware naadloos in elkaar over met 'aandacht voor de klant' als overkoepelende waarde."

"Kwaliteit gaat bij ons boven alles", vervolgt Patrick. "Ik ben ervan overtuigd dat dit ons heeft geholpen om tijdens de afgelopen jaren succesvol te blijven, ondanks dat de economie niet meezat. Dit is ook gelukt door scherp in te kopen, hard met leveranciers te onderhandelen en de voorraad beperkt te houden. Als ik soms zie hoeveel producten bepaalde salons op voorraad hebben, dat is in mijn ogen echt ongelofelijk. Ik heb kamers gezien die tot aan het plafond waren gevuld met producten en dan praat je als snel over tienduizenden euro's. Van een professionele leverancier mag je snelle levertijden verwachten, dus dan heeft het geen enkele zin om zo'n grote voorraad aan te houden. Ik zie ook regelmatig dat vertegenwoordigers uitsluitend lopen te pushen zonder dat ze constructief met je meedenken. Dat kap ik altijd direct af, want ik ben uitsluitend geïnteresseerd in samenwerking met een leverancier die zich ten dienste stelt van ons bedrijf. Per slot van rekening versterk je elkaar; de liefde moet van beide kanten komen."

"De samenwerking met Beauty by Dorien voelt als een warm bad"

"Een andere manier waarop het is gelukt om de economische crisis het hoofd te bieden heeft alles te maken met ons team. De verschillende medewerkers zijn uitstekend geschoold en weten precies wat de werkwijze van De Rooij Hair & Beauty is, hoe we klanten te woord staan en welke sfeer we willen uitstralen. Ook belangrijk is dat ons team heel gevarieerd is; het bestaan uit verschillende typen mensen uit verschillende leeftijdscategorieën. Hierdoor is er altijd iemand die bij een bepaalde klant past. Het is belangrijk om hier rekening mee te houden, want ook dit is een vorm van aandacht; klanten voelen dat direct."

"Een punt waarmee we ook onderscheidend zijn ten opzichte van veel andere salons is dat we klanten niet de mogelijkheid bieden om online een afspraak te maken. Dat is een zeer bewuste keuze. Ten eerste vinden we het een onpersoonlijke manier van werken, wat totaal niet bij ons past. Ten tweede kan een klant niet bepalen hoeveel tijd een bepaalde behandeling kost. Die planning houden we graag volledig zelf in de hand, zowel wat betreft kappers- als wat betreft beauty- en wellnessbehandelingen."

"Er zijn bij ons eigenlijk geen grenzen tussen hair, beauty en wellness. De verschillende segmenten lopen naadloos in elkaar over met 'aandacht voor de klant' als overkoepelende waarde"

"Afgelopen september kwamen we op een beurs in contact met Beauty by Dorien. De timing van die ontmoeting had niet beter gekund, want we waren op zoek naar een beautyleverancier die ons kon ondersteunen om een extra stap te zetten. Wat ons vanaf het eerste gesprek enorm aansprak was dat Dorien Schonenberg een apothekersachtergrond heeft en dus echt verstand heeft van productformules en de inwerking daarvan op de huid. De complete lijn is vrij van chemicaliën en in plaats daarvan wordt gebruik gemaakt van essentiële ingrediënten die elkaar in de huid versterken."

"Naast de luxe uitstraling van het merk zijn we ook zeer enthousiast over het achterliggende concept, dat er volledig op is gericht om de wens van de klant werkelijkheid te laten worden. Verder is Dorien voor ons iemand met wie we ons graag identificeren omdat ze zelf aan het hoofd staat van het meest succesvolle schoonheidsinstituut van Nederland. Juist doordat ze bereid is om haar kennis en ervaring met ons te delen, is onze samenwerking ijzersterk. Doordat Beauty by Dorien ons maximaal ondersteunt, zijn wij ook zeer loyaal in de richting van het merk. Het onderlinge respect en vertrouwen is zeer groot en een betere basis voor een samenwerking kun je gewoon niet hebben."

"Een laatste punt dat ik wil benadrukken is dat het assortiment van Beauty by Dorien compact is. Hierdoor is het merk bij uitstek geschikt voor kapsalons die ook beautybehandelingen aanbieden of hiermee willen starten. Daar komt bij dat deze salons mogen rekenen op krachtige ondersteuning, bijvoorbeeld op het gebied van educatie, vaktechniek en marketing. Wij hebben zelf ervaren hoe prettig dit werkt en wat het uiteindelijke effect is op ons salonconcept. Het is een situatie waarin wij als salon en Dorien als leverancier het beste in elkaar naar boven halen."

Meer informatie:

De Rooij Hair & Beauty
Jan Mulderstraat 14, 8171 CD Vaassen,
Tel. 0578-571297,
www.derooijhairenbeauty.nl

Profiel De Rooij Hair & Beauty

Bestaat sinds:	*1920*
Oppervlakte:	*160 m2*
Aantal medewerkers:	*9*
Kappersmerken:	*Kérastase, American Crew, Euro So.Cap.*
Beautymerken:	*Beauty by Dorien, Golden Rose Make-Up*
Specialiteiten:	*Föhn- en opsteekwerk + haarverlengingen + combinatiebehandelingen*

Barburys by Sibel: voor mannen met stijl

Een knipbeurt bij de kapper wordt steeds vaker gecombineerd met een vintage scheerbeurt. Tijdens Cosmoprof in Bologna lanceerde Sibel een scheerlijn die alle instrumenten biedt om gelaatshaar te verwijderen en de klanten weer een fris gevoel te geven. De collectie bestaat uit speciale scheermessen, een selectie scheerborstels en een zorgvuldig gekozen gamma accessoires.

Het nieuwe merk Barburys omvat alles wat een scheerbeurt nodig heeft. Met de vlijmscherpe scheermessen, shavettes, vlinderscheermessen en wegwerpmesjes maakt Sibel de kunst van het scheren opnieuw een trend voor elke man. Barburys by Sibel steunt hiermee professionals in hun passie voor het vak door producten van topkwaliteit te bieden. De scheerborstels zijn met de hand gemaakt van zilverdashaar om de zachtste aanraking te waarborgen. Om het assortiment compleet te maken zijn er verschillende accessoires verkrijgbaar zoals scheerkommen, staanders en slijpmessen.

Met meer dan vijftig jaar marktervaring is Sibel zich bewust van de laatste trends. Het merk is zich de laatste jaren meer gaan richten op mannen om hun look te verzorgen. Het feit dat vrouwen goedverzorgde mannen modieus en aantrekkelijk vinden, vormt de grondslag voor de producten van Barburys by Sibel. Deze lijn is dan ook het antwoord op de toenemende vraag naar producten voor een goede baardverzorging.

Voor meer informatie:
Sinelco International bvba
Tel. +32 (0)55 334141
www.sinelco.com

Parlux 385 PowerLight nu ook in LightGold

Het Italiaanse merk Parlux is al jarenlang toonaangevend op het gebied van professionele kappersapparatuur. Een enorme hit was de introductie van de krachtige en lichtgewicht haardroger Parlux 385, die gelanceerd werd in 2013. Het aanhoudende succes van dit model heeft alles te maken met de combinatie van kracht, duurzaamheid, ergonomie en het lage gewicht (en dus een verminderde kans op lichamelijke klachten voor de kapper). De Parlux 385 PowerLight was al verkrijgbaar in negen mooie kleuren en daar is nu een model in de kleur LightGold aan toegevoegd.

In de Benelux wordt Parlux vertegenwoordigd door Artax bvba van Pierre Segers. Hij vertelt: "De PowerLight 385 is een zeer belangrijk model in het Parlux-assortiment. De Italiaanse fabrikant produceert ruim een miljoen haardrogers per jaar en tegenwoordig is de helft hiervan de PowerLight 385. Behalve het lage gewicht van slechts 452 gram en het vermogen van 2150 Watt is dit model bij kappers vooral populair vanwege de lange levensduur. De föhn is echt ontwikkeld voor langdurig en professioneel gebruik in de salon. Ook wordt het apparaat volledig vervaardigd in Italië, wat een garantie is voor een hoog Europees kwaliteitsniveau."

De Parlux 385 is uitgerust met een snoer van drie meter, vier temperatuurstanden, een cold shot-functie en een speciaal design waardoor het apparaat beduidend stiller is dan de meeste professionele föhns.

Parlux-producten zijn verkrijgbaar bij de betere kappersgroothandel. Voor meer informatie en verkoopadressen:

Artax bvba
Industrieweg 122Y, 9032 Wondelgem (B)
Tel. +32 (0)93726689
info@artax.be, www.artax.be

Vitality's

LIFE IN THE HAIR

ART ABSOLUTE

COLOR + PROTECTOR OIL

go together well

COLOR + SHINE

guaranteed by the exclusive blend of the Protector Oil

Art Absolute leaves the hair soft and natural looking, a true conditioning color

WWW.VITALITYS.IT

NIEUW!

Keratin Healing Oil Cleansing Cream

Go Beyond Luxury

De perfecte 'In-Between Shampoo'

Cleansing Cream is een licht reinigende conditioner. Perfect om af te wisselen met shampoo. Speciaal voor diegenen die het haar wel willen opfrissen, maar niet elke dag willen wassen. Cleansing Cream verfrist, herstelt, hydrateert en bespaart tijd. Ideaal te gebruiken na het sporten!

Voor meer informatie bel 055-5431111

L'ANZA®
HEALING HAIRCARE