

HELE JAAR VOLGEBOEKT

NIKS ZOMERDIP, HET HELE JAAR DOOR VOLGEBOEKT: DAT IS NATUURLIJK DE IDEALE SITUATIE VOOR EEN SCHOONHEIDS-INSTITUUT. ZO HOEF JE WEINIG ACTIES TE PLANNEN EN HEB JE EEN STABIELE OMZET. OP DE VRAAG AAN SALESMANAGER EMILY COUMOU VAN JK-NEDERLAND OF ZE IEMAND KENT DIE DAT HEEL GOED DOET, ANTWOORDT ZE SPONTAAN: "MARISKA GROEN VAN BEAU & BEAU IN WAARLAND".



'ALS JE ERGENS HEEL ERG VAN OVERTUIGD BENT, NEMEN MENSEN HET VAN JE AAN'

Nog even en we mogen het seizoen écht zomer noemen. De zon gaat hoe dan ook schijnen en iedereen heeft energie voor nieuwe uitdagingen. Veel ondernemers beschouwen de zomerperiode echter als een soort pauze, "want iedereen is toch op vakantie". De marketing staat 'on hold' en het is vooral een kwestie van de zomerdip uitzitten. Mariska Groen en haar drie medewerkers van Beau & Beau in Waarland hebben echter helemaal geen last van de zomerdip. "Wij hebben het hele jaar door kuren ingepland met de bindweefselmassage", vertelt ze. De filosofie van Mariska is: 'Mooi van binnen is mooi van buiten en andersom.' Een van de redenen waarom ze koos voor de collageenbank en de ELT3 van JK-Nederland is dat het licht van deze apparatuur zo mooi bij haar filosofie past. Het geeft zowel zichtbaar huidverbeterende resultaten als een goed gevoel. "Ik was denk ik de allereerste in de Kop van Noord-Holland die de collageenbanken opnam, nu drie jaar geleden. Ik had ze een paar keer op de beurs gezien en er iets over gelezen. Toen ik met JK in contact kwam, voelde dat gelijk goed. Hun verhaal klopt. Ik kan de resultaten ook écht zien. Niet alleen op de huid zelf, ik zie ook hoeveel energie het licht geeft. Mensen voelen zich fitter en sterker. Als je moe bent en je gaat er onder, dan kan je de dag weer aan. Dat is mooi want je moet ook van binnenuit werken. Als je je goed en fit voelt, straalt je dat ook uit en dat maakt dat je er beter uitziet."

ZONNESCHADE

Mariska zet de ELT3 in bij de bindweefselmassage. "Daar hoort de ELT bij, vind ik. Die kuren hebben we bewust de zomer door gepland. Het feit dat het warm is, komt niet eens ter sprake. Het gaat om het resultaat. Als je huidverbetering wilt, kun je niet zonder, je hebt die power van dat licht heel erg nodig. Het geeft natuurlijk ook heel veel kracht, iets wat je niet uit de zon haalt." Daarnaast heeft de ELT3 in de zomer het voordeel dat het apparaat eventuele zonneshade herstelt. Mariska: "Je ziet het als iemand veel in de zon is geweest. Dat vormt een zware aanslag op de huid. De ELT repareert die schade weer."

OVERTUIGINGSKRACHT

Hoe overtuigt ze haar klanten van de noodzaak van een lichtkuur, ook in de – vaak – warme zomer? "Het ligt eraan hoe je het brengt. Het is een kwestie van goed adviseren, zodanig dat mensen dat van je aannemen. Als het over mijn vak gaat, weet ik waar ik het over heb. En dan sta ik ook echt achter wat ik adviseer."



'ALS JE JE GOED EN FIT VOELT, STRAAL JE DAT OOK UIT EN DAT MAAKT DAT JE ER BETER UITZIET'

Bij de ELT was ik direct overtuigd. Dit is het gewoon, dat weet ik. Het licht doet je goed op een heel veilige manier. Als je ergens heel erg van overtuigd bent, nemen mensen dat van je aan. Die overtuigingskracht gaat niet over dat je nog zoveel kuren moet verkopen maar over een oplossing voor je klant. Als je dat vanuit je hart doet en je weet 'Dit is goed voor haar', pakt de klant dat ook op."

EXPOSURE

"Vorige zomer sprak ik in een interview in een publieksblad over huidverbetering met licht. Daar zijn veel mensen op afgekomen. Ik heb verteld dat als je met de huid aan de gang gaat, je de ELT er beter gelijk bij kan nemen, het geeft net dat zetje meer. Als je iets goeds voor je huid wilt doen, is dit een onderdeel dat je niet kunt missen."

Dit jaar koos ze voor exposure in de glossy Noord-Hollandse Zakenvrouwen. "Als je daar in staat, ervaren mensen het bijna alsof je de zakenvrouw van het jaar bent, in ieder geval als de topper in jouw sector. Het kost veel geld om er in te komen, maar het levert ook wel wat op."

Op Internationale Vrouwendag presenteerde Mariska haar bedrijf op een beurs in een dorp verderop. "Als mensen je eenmaal zien en spreken en je kan iets laten voelen, werkt dat heel goed", vertelt ze.

Ze kiest haar marketingactiviteiten uit op de doelgroep. Adverteren in huis-aan-huisbladen heeft niet zoveel zin, is haar ervaring. "Er zijn er zoveel. Mensen lezen die niet of nauwelijks. Maar een mooi blad, ja, dat werkt wel. Mensen gooien dat ook niet zomaar weg."

EXPERT

Om zich als expert te profileren, zet Mariska tips op Facebook. "Ik zet er ook foto's op van de ELT als die aan is. Dat geeft een mooi licht. Als het dan een sombere dag is, schrijf ik erbij: 'Hier schijnt de zon wel'." Op de website etaleert Mariska dat er in haar salon op hoog niveau wordt gewerkt en dat er veel kennis aanwezig is over huidverbetering. Opvallend is dat Beau & Beau – naast de regelmatige exposure – weinig echte acties doet. "We zitten eigenlijk het hele jaar door vol. We hebben zelfs klanten die voor een jaar al een kuur plannen." Kortom: de zomerdip gaat geheel aan Mariska Groen voorbij. ❖



MEER INFORMATIE

JK-Nederland B.V.
Stuttgartstraat 22 - 24
3047 AS Rotterdam
T 010 - 462 29 33
E info@jk-nederland.nl
www.jk-nederland.nl
www.ergoline.nl
www.beauty-angel.nl