

2024
EDITIE 07

DE BEAUTY PROFESSIONAL

Ondernemersinterview:
Suzanne Falasco-Stekelenburg,
Department of Cosmetics

DERMABASE: INGREDIËNTEN IN
ZONBESCHERMINGSPRODUCTEN

**EXTREEM
BEAUTY-GEDRAG,
MAAR WAAROM
EIGENLIJK?**

Feng Shui voor een holistische
en duurzame saloninrichting

**JUBILEUM:
60 JAAR COSINTA**

SOCIAL MEDIA:
ONDERDEEL VAN DE
ONLINE MARKETINGMIX





INSPIRATIEBRON VOOR BEAUTYONDERNEMERS!

Tekst: Esther Bode-Scholte

Marie-José Schut helpt -met een frisse blik en een bak aan ervaring- beautyprofessionals op het gebied van ondernemerschap en alles wat hierbij komt kijken. Na de verkoop van haar twee succesvolle schoonheidsinstituten MJ Amsterdam, richtte ze begin dit jaar het bedrijf BeautyOn B.V. op. Met realistische plannen en een duidelijk doel voor ogen geeft ze ondernemers uit de beautybranche een duwtje in de goede richting. Marie-José is vastberaden om haar kennis over te dragen en hiermee grote impact te maken in de schoonheidsbranche.

Een rasechte ondernemer. Een zakenvrouw. Eén brok gedrevenheid. Zo kennen vele mensen uit de beautybranche haar. Maar Marie-José is veel meer dan dat. Bij dit meer dan anderhalf uur durende interview merkte ik al vrij snel dat haar warmte, kwetsbaarheid, humor én doortastendheid de boventoon voerden. Laten we vanaf het begin beginnen. Toen ze haar twee gerenommeerde Amsterdamse schoonheidssalons ruim een jaar geleden noodgedwongen moest stoppen en verkopen, vanwege de gevolgen van de coronacrisis op de staat van haar bedrijven, belandde ze in een soort afkickproces. Járenlang werkte ze knetterhard in en aan haar bedrijven en toen was er ineens niets. Dat voelde als een diep dal. Tijd voor bezinning kreeg Marie-José tijdens een verre reis die ze boekte naar Afrika. Met hernieuwde energie en frisse moed én met de diepgewortelde wens om binnen de beautybranche actief te blijven, pakte ze na een maand het vliegtuig terug naar Nederland. Om vervolgens níet in de schoonheidsbranche en níet als ondernemer, maar in loondienst bij een bedrijf aan de slag te gaan. Marie-José lacht en voegt eraan toe dat dit bedrijf op zoek was naar een ondernemer die van aanpakken wist. Daarin kon ze zich wel vinden en dat was precies de reden waarom ze de functie aanvaardde. 'Maar', zo zegt ze erachteraan, 'het was van korte duur. Ik bleek toch wat te veel voor dit kantoor met mijn tomeloze energie en creativiteit.'

Inspiratiebron voor anderen

Terug bij af was ze allermínst. Omdat ze veel heeft gepubliceerd over de verkoop van haar bedrijven en zichzelf hierin kwetsbaar heeft durven op te stellen, kreeg ze het een na het andere bericht van ondernemers die ofwel zélf zich in een soortgelijke situatie bevonden of ze kenden wel iemand die in een penibele positie was beland. En dat zette Marie-José aan het denken. De vragen die de andere ondernemers haar stelden, had ze allemaal al eens voorbij zien komen. 'Na 25 jaar ondernemerschap heb je de klappen van de zweep echt wel gevoeld en zo langzamerhand beseftte ik dat mijn ervaringen een inspiratiebron kunnen zijn voor andere beautyprofessionals', zegt Marie-José.

Manifesteren tot je een ons weegt

In een tijd waarin er meer coaches zijn dan ooit en kreten als 'verdien 50k per maand' je om de oren vliegen, was ze er een beetje wars van om zich óók als coach te profileren. 'Als je veel van de online coaches mag geloven, ligt met de juiste mindset en heel veel manifesteren de wereld aan je voeten. Natuurlijk zit hierin een kern van waarheid, maar je hebt ook 'gewoon' praktische tips nodig om te zorgen dat je bedrijf überhaupt kan *flowen*. Het is niet een kwestie van iets wensen, afwachten en hopen dat het op je pad komt. Je kunt manifesteren wat je wil, maar als je de contracten

niet goed regelt met bijvoorbeeld mensen die je salon huren of je hebt je salonsoftware niet goed geïnstalleerd, dan kom je simpelweg in de problemen. Het is lastig als iemand op Instagram verkondigt dat je maar twee dagen hoeft te werken voor een royaal inkomen. Het voelt alsof dat altijd een keuze is. Succes is zeker een keuze, maar daar kom je vaak door knetterhard te werken', legt de ondernemer uit. Ze wilde dus niet de coach zijn die helpt met persoonlijke ontwikkeling of mindset, maar wél met hoe je bijvoorbeeld financieel je zaakjes op orde houdt of brengt. 'Wil je als beautyprofessional naar een nieuw pand, maar durf je de stap nog niet te zetten? Twijfel je of je financieel gezien de lat hoog genoeg legt? Dat soort vraagstukken spreken mij aan.' En dat was de start van haar nieuwe bedrijf BeautyOn.

Community

Dat is niet geheel onopgemerkt gebleven. Als Marie-José iets aanpakt, dan ook direct goed. Ze postte zich suf en is inmiddels meerdere keren geïnterviewd over haar koersverandering binnen de beautywereld. Het idee achter BeautyOn was om een community op te richten die voor een breder publiek toegankelijk is. Ze ontwikkelde een content bibliotheek vol podcasts, downloads en werkboeken met zo'n driehonderd onderwerpen met betrekking tot het ondernemerschap, met als doel om beautyspecialisten in een community toegang te geven tot al deze content en een ruimte te creëren om vragen te stellen. 'De hele reutemeteut. En dan start je en dan blijkt er niet direct veel interesse te zijn voor deze community. In plaats daarvan werd en word ik nog steeds bedolven onder persoonlijke aanvragen voor één-op-één coaching. Iets wat ik niet per se ambieerde en ook echt niet gemanifesteerd heb,' zegt ze grappend, 'maar wat ik uiteindelijk toch veel leuker blijkt te vinden dan gedacht! De aanvragen variëren van eenpitters die hun zaak willen verkopen tot jonge meiden die een pand willen overnemen, van ondernemers die geen onrust meer op de werkvloer willen tot heel veel uiteenlopende financiële kwesties. Het is ontzettend fijn om anderen met mijn ervaring verder te kunnen helpen,' vertelt de gedreven ondernemer.

Werkwijze

Marie-José begeleidt en adviseert ondernemers uit de beautybranche, zowel offline als online. Haar achtergrond is een studie bedrijfseconomie. Een opleiding tot coach heeft ze niet gevolgd. 'Wel laat ik me door verschillende coaches begeleiden. Bij persoonlijke kwesties blijf ik dan ook weg,' zegt Marie-José resoluut. 'Ik specialiseer me op organisatorisch en financieel gebied. Als schoonheidsspecialisten mij hun cijfers sturen, maak ik een spreadsheet en spit ik hun financiële administratie door. Dan kom ik eens bij hen in de zaak kijken; hoe ziet hun doelgroep eruit, welke mensen werken er in de salon en hoe zitten zij in de wedstrijd? Met al die informatie maken we samen een plan om te kijken of het realistisch is om bepaalde stappen te zetten. Ik wil hierbij praktische handvatten meegeven. Zo kun je denken aan hoe je een gezond inkoopbeleid hanteert, hoe je voorraadverschillen in jaarverslagen voorkomt, en hoe je ervoor zorgt dat je als ondernemer een visie hebt om naartoe te werken. Ook houd ik ondernemers zo nu

**HET IS ONTZETTEND
FIJN OM ANDEREN MET
MIJN ERVARING VERDER
TE KUNNEN HELPEN,'
VERTELT DE GEDREVEN
ONDERNEMER**



en dan een spiegel voor. Het kan een eenzaam beroep zijn, dus erover praten met een ervaringsdeskundige uit het vak is verhelderend', legt Marie-José uit.

Ondernemende beautyprofessionals

Iets wat Marie-José regelmatig in de praktijk tegenkomt, is een schoonheidsspecialist of nagelstylist die als jong meisje een vak is gaan doen dat ze leuk vindt, waarvoor ze een passie heeft. 'Binnen no time hebben ze een goedlopende praktijk. Maar zo'n schoonheidsspecialist heeft destijds als jong meisje niet bedacht dat ze een bedrijf zou gaan runnen. En zo lang alles goed gaat, is er niets aan de hand. Maar op het moment dat zo'n beautyprofessional meer ambities krijgt en bijvoorbeeld een pand gaat huren, met personeel gaat werken en/of samenwerkingen aangaat of als andere beautyexperts in de buurt haar gaan inhalen met allerlei innovatieve methoden, dan wordt het ineens een ander verhaal. Dan ben ik er om in te grijpen en aan bepaalde knoppen te draaien. Ik zie vrij snel hoe financieel gezond een bedrijf is. Dat is het voordeel als je zo vaak onder de motorkap hebt gekeken. Ik heb toonaangevende salons geleid met vierhonderd high-end behandelingen per week; ik weet wat nodig is om een multi-service salon te draaien. Ik ben ervan overtuigd dat mijn ervaring ondernemers over de streep trekt om met mij samen te werken', zegt Marie-José vastberaden.

Realistische doelen

Dat Marie-José niet zo van het met nietszeggende kreten strooien is, blijkt uit haar betoog. 'Huid- en nagelspecialisten vertellen regelmatig over hun slechte ervaringen met coaches die hen gouden bergen beloofden met een paar simpele stappen. Het advies was dan vaak: richt je op een kleine doelgroep die bereid is skincare producten af te nemen. Ik ben daar geen voorstander van. In sommige situaties is dit zeker mogelijk en een prima optie, maar als je in een vergrijsd dorp woont met een paar honderd inwoners, gaat deze vlieger niet op. Je kunt niet tachtig procent van je klantenbestand leegmaken, want dat is waarover je dan praat. Ik maak liever realistische doelen, passend bij de huidspecialist en het gebied waar degene actief is. Er is zoveel diversiteit tussen schoonheidsspecialisten en -salons. Het probleem kan, om maar een voorbeeld te noemen, ook liggen bij een verkeerd inkoopbeleid', vervolgt Marie-José haar verhaal. 'Of vanaf de andere kant gezien: als je als werkgever een personeelslid hebt die het ingewikkeld vindt om te verkopen, dan kun je blijven pushen op het behalen van haar verkooptargets, maar dat werkt in the end alleen maar averechts. Je kunt zo'n iemand beter iets laten doen waar ze enorm goed in is. Ik ben ervan overtuigd dat je mensen in hun kracht moet zetten!'

Rugdekking

Dat is één van de redenen dat Marie-José het zo belangrijk vindt om, naast het online contact, bij de salons langs te gaan. 'Je proeft de sfeer van de salon, ziet waar ze gevestigd zijn en je connect met de ondernemer. Het helpt enorm als je iemand in de ogen kunt kijken.' Marie-José geeft aan dat het voor ondernemers prettig is om rugdekking

te voelen als het even tegenzit. Ze heeft dat zelf gemist toen ze net startte en toen ze nieuwe stappen binnen het ondernemerschap zette. 'Het is niet altijd makkelijk om uit te zoeken wat je een werknemer betaalt of hoe je een arbeidscontract maakt. Nobody knows. Het geeft ondernemers rust als ik hen hiermee kan begeleiden en handvatten aanreik.' Ze gelooft nog steeds in de community die ze heeft ontwikkeld. 'Als de één-op-één begeleiding erop zit, kunnen ze zich in de community blijven ontwikkelen met leerzame webinars, interessante podcasts, inspirerende filmpjes en is er alle ruimte om eventuele vragen te stellen.' Volgens Marie-José zijn er nog te veel beautyprofessionals die heel hard werken en er een te laag inkomen aan overhouden. 'Ik zou hierin graag verschil willen maken. Het is een fijne branche en ik gun deze vrouwen om hun dromen waar te maken. Ik vind het heel mooi om op deze manier een positieve bijdrage aan de schoonheidsbranche te geven!'

Droomleven

De Covid-periode heeft geleid tot nogal een carrièreswitch, die voor Marie-José uit onverwachte hoek kwam. Terugkijkend op de afgelopen periode ben ik benieuwd hoe ze deze ervaren heeft. Wat heeft het haar gebracht? Mist ze het runnen van haar schoonheidssalons en alle reuring die hierbij hoorde? 'Het is bijna een jaar geleden dat ik genoodzaakt was mijn bedrijven te verkopen. Die fase was een emotionele rollercoaster. En ja, natuurlijk mis ik het. Als ik nu afspraken heb met ondernemers en in sommige zaken loop, denk ik: wow wat een gaaf concept! Ik vind het fijn dat ik het nog wel vóel als ik in een salon loop; ik snap de passie van huidspecialisten. Toch ga ik niet terug. Met ondernemers omgaan is echt héél leuk! In die zin leef ik mijn droom. Op dit moment ben ik heel erg in balans en geniet ik van alles wat er op mijn pad komt.'

Toekomst

Met trots blikte Marie-José dan ook terug. Ze is gevallen en weer opgestaan. Ook binnen BeautyOn is ze nog zoekende en aan het heroverwegen welke richting ze wil opgaan met haar bedrijf. 'Ik zie het succes, want het bedrijf groeit volop, maar ik ben nog niet waar ik moet zijn. Dus ook voor mezelf stel ik doelen: waar sta ik nu, wat heb ik te doen, en wanneer is het goed? Practise what you preach. Er liggen genoeg mooie plannen klaar. Naast de online en offline begeleiding en de community, heb ik bijvoorbeeld het idee om één of twee keer per jaar evenementen te organiseren. Het op deze manier ondernemen in een prachtige branche als de beautybranche, maakt me heel blij. Ik werk echt vanuit een passie voor het vak en met de juiste intenties. Geld is nooit mijn eerste drijfveer. Ik doe niet iets waarvan ik niet kan slapen!', sluit Marie-José haar verhaal af.