ANKO
SINDS 1891

KAPPERSZAKEN

N°3 - HERST 2024 - PRIJS € 14,95 - **EXCLUSIEF VOOR ANKO-LEDEN**

DE KNAKEN VAN DE KAPPER

Boost Your Ambition

KEUNE

De revolutie van professionele haarstyling.

[illegible]

Ontdek het volledige assortiment
via de QR code of ga naar [illegible].com

ANKO
SINDS 1891

Colofon

ANKO Kapperszaken is een uitgave van de Koninklijke Algemene Nederlandse Kappersorganisatie (ANKO) en verschijnt vier keer per jaar.

Contact:
ankokapperszaken@anko.nl

Abonnementen:
ANKO-leden ontvangen ANKO Kapperszaken als onderdeel van hun lidmaatschap. Eén keer per jaar ontvangen niet-leden een kennismakingseditie.

Jaarabonnement: € 55,- (4 nummers)
Los nummer: € 14,95

Aanmelden:
Aanmelden voor abonnementen kan via ankokapperszaken@anko.nl.

Art direction, redactie & productie:
Vrhl Content en Creatie www.vrhl.nl (in opdracht van Elma Media B.V.), in samenwerking met ANKO.

Aan dit nummer werkten mee:
Eline Bosman, Gonny Eussen, Sarah Dhondt, Yvette Hoogenboom, Hedy Jak, Iris Kroon, Manon Louwers, Linda Nuis, Ellen Ribbers, Natascha van der Steen, Femke Vijn, Roos van Zandwijk.

Columnisten:
Maurice Crusio, Danielle en Dennis Kil, Wolfgang Peppmeier.

Grafische vormgeving en druk:
Elma Media B.V., www.elma.nl

Acquisitie:
Elma Media B.V.
Silvèr Snoek: s.snoek@elma.nl
0226 - 331600

Fotografie:
De Beeldredacteur

IN DIT NUMMER

18

38

50

Geld maakt... gelukkig?

Dat geld niet gelukkig maakt, is natuurlijk een cliché *if I ever heard one!* En het is absoluut waar, maar eigenlijk is mijn respons hierop altijd "maar het helpt wel!" Ja toch? Want genoeg geld zorgt voor rust in de tent en voorkomt slapeloze piekernachten. Dankzij onder andere de coronacrisis, maar ook andere ontwikkelingen als kostenstijgingen en krapte op de arbeidsmarkt, hebben helaas heel veel ondernemers dat soort nachten aan den lijve ondervonden. En ik weet dat sommigen van jullie nog steeds niet lekker slapen…

Maar misschien moeten we het cliché een beetje herschrijven: Geld als doel maakt niet gelukkig.

Heb je je weleens verdiept in The Golden Circle van Simon Sinek? Zoek maar eens op op YouTube. Hij zegt eigenlijk dat geld – of beter gezegd 'winst'- altijd een resultaat is, niet een doel op zich. Het resultaat van het succesvol vervullen van je *purpose*, je *why*. Ik denk dat hij gelijk heeft en dat dat voor heel veel kappers geldt. Want kapper word – en vooral blijf! – je uit liefde voor het vak. Voor de creativiteit en voor het zelfvertrouwen dat je je klanten geeft. En als je dat goed doet, dat laat zien, gelooft in jezelf en als ondernemer de boel ook nog eens efficiënt en doordacht organiseert, dan volgt succes en winst!

En dat is geen dromerig geklets of theoretisch gefilosofeer. Lees het interview met Mandy en Kim maar eens op pagina 18. Zij zijn wat mij betreft het levende bewijs. Neem hun mantra 'liefde, geen angst' ter harte en hou je ondernemerskoppie erbij!

Namens de redactie,
Femke Vijn

ANKO maakt bezwaar tegen verplichte AOV voor alle IB-ondernemers

Samen met enkele andere branches heeft de ANKO gereageerd op de internetconsultatie over het wetsvoorstel voor een Basisverzekering Arbeidsongeschiktheid voor Zelfstandigen (BAZ). Als deze wet doorgang vindt, moeten niet alleen zzp'ers, maar ook IB-ondernemers met personeel zich verplicht verzekeren tegen arbeidsongeschiktheid.Veel ondernemers zouden onder de nieuwe wet zouden gaan vallen, ook ondernemers met personeel. De positie van IB-ondernemers met personeel verslechtert door extra lastenverzwaring. We maken ons er hard voor om de regeling alleen van toepassing te laten zijn op zzp'ers die zich niet privaat hebben verzekerd én we willen er voor zorgen dat de extra lasten voor andere IB-ondernemers mét en zonder personeel niet worden verhoogd.

Naar verwachting zal het wetvoorstel in 2025 worden behandeld door de Eerste en Tweede Kamer. Of de wet er definitief zal komen, wanneer en hoe deze er uiteindelijk uit komen te zien is nog onduidelijk. De ANKO houdt de ontwikkelingen nauwgezet in de gaten! Lees het volledige artikel via de QR-code.

ANKO KAPPERSZAKEN *online*

Laat je ook online inspireren door ANKO Kapperszaken! Lekker makkelijk op je tablet, mobiel of pc en waar je maar bent. *Check it out!* **ankokapperszaken.nl**

KERSTPAKKET

Wil jij je medewerkers een kerstpakket geven? Wat mag je geven, wat vindt De Belastingdienst daarvan en wat is wettelijk eigenlijk toegestaan? Over het totale fiscale loon mag je een bepaald percentage gebruiken om te besteden aan onbelaste vergoedingen en verstrekkingen aan werknemers, bijvoorbeeld voor cadeautjes en maaltijden. Het geven van een kerstpakket valt onder de werkkostenregeling bij het loon van de werknemer.
De werkgever kan dan maximaal 1,92 procent van het totale fiscale loon (de vrije ruimte) besteden aan onbelaste vergoedingen en verstrekkingen. De werkgever kan de waarde van het kerstpakket dan als eindheffingsloon onderbrengen in de vrije ruimte. Komt de werkgever boven de vrije ruimte uit, dan moet hierover loonbelasting worden betaald in de vorm van een eindheffing van 80 procent. Daarnaast moet je als werkgever rekening houden met de 'gebruikelijkheidstoets'. De kosten van een kerstpakket mogen niet meer dan 30 procent afwijken van soortgelijke uitgaves binnen de branche. Lees meer over de werkkosten-regeling op **anko.nl/werkkostenregeling**

BottleX

Bottle-X.com is jouw partner voor eenvoudig starten van je eigen cosmeticalijn in haircare, skincare en parfum, met lokale productie in onze cosmetica-fabriek. We bieden keuze uit diverse verpakkingen en gratis hulp met design. Met minimale aantallen en maatwerk begeleiden we je van idee tot eindproduct, waarbij jouw merkidentiteit centraal staat. **www.bottlex.nl**

HEB JIJ DE ANKO ONDERNEMERS APP AL?

Met deze superhandige app heb je de hele cao voor de kappersbranche altijd bij de hand. Maar dat is nog niet alles. Je vindt in de app ook actueel nieuws en je kunt meedoen aan polls. De resultaten kun je direct inzien, zodat je ook weet hoe andere kappers hierover denken. Dat kan waardevolle informatie voor jou opleveren! Exclusief voor ANKO-leden bevat de app hele handige tools om bijvoorbeeld de functie-indeling te bepalen en verlofdagen of zwangerschapsverlof te berekenen. En je kunt eenvoudig en snel contact opnemen met de ANKO Ledenservice.

Moma Beauty neemt Dermarolling over

Moma Beauty heeft de Nederlandse cosmetica webshop Dermarolling overgenomen. De overname omvat de webshop, voorraad en klantenbestand. Moma Beauty ziet Dermarolling als een waardevolle aanvulling op haar portfolio en streeft ernaar een compleet en trendy assortiment aan gezichts-, lichaams-, huid-, haar- en nagelverzorging te bieden. De activiteiten van Dermarolling blijven ongewijzigd. **www.dermarolling.nl/**

DERMAROLLING.NL

NIEUWE BRANCHEDATA BESCHIKBAAR

Om de belangen van ondernemende kappers zo goed mogelijk te kunnen behartigen, zorgen wij dat we beschikken over actuele data over de kappersbranche. Benieuwd naar bijvoorbeeld het aantal en type kappersbedrijven, de brancheomzet en het aantal werkzame personen in de branche? De data over 2023 zijn nu beschikbaar! Check de QR-code voor meer info.

Welkom!

We heten de volgende salons van harte welkom als lid van de ANKO:

- Elvira Hair & Beauty - Elsloo LB
- Marie-Lou house of beauty - Hilversum
- Koppel Barbershop - Amersfoort
- Nijs Hairlounge - Anna Paulowna
- Laura Hair-Styles - Pernis Rotterdam
- At 21 Hairstudio - Enschede
- Nanouck Professional Hairstyling - Enschede
- Mandy's Hairfashion - Terborg
- Gewoon Mel - Wijk bij Duurstede
- Wijnhoven & Wijnhoven Coiffeurs - Maastricht
- Suus Conceptstore - IJsselstein
- AMI kappers Borne - Borne
- HaarZeker - Kamperland
- Salon Sassafras - Amsterdam
- Salon DeLuxe - Harderwijk
- Viviane Nascimento - Amsterdam
- AMI Kappers Brummen - Brummen
- AMI Kappers Veenendaal Oost - Veenendaal
- James Barbershop - Spijkenisse
- AMI Kappers Vaassen - Vaassen
- Blitzz Barendrecht - Barendrecht
- Vook Haarbar - Tilburg
- Studio 57 - Arnhem
- Hair by jasmijn - Diemen
- Hairdrobe&Garderobe - Rotterdam
- Diva Kappers - Tilburg

GEFELICITEERD!

- Kapsalon Silhouet in Veendam bestaat 35 jaar! Proficiat!
- Ook in Beekbergen wordt een feestje gevierd. Daar bestaat Hans Haarmode 30 jaar. Van harte!
- Kapsalon Haarmode C'est Ça in Valkenswaard bestaan 25 jaar. Van harte gefeliciteerd!

TRAININGEN ANKO ACADEMIE T/M NOVEMBER 2024

Meer informatie en inschrijven: anko.nl/academie

07-10-2024
Bedrijfswaardering & -opvolging
Hilversum

14-10-2024
Professioneel Opleiden (Praktijkopleider)
omgeving Brabant

15-10-2024
Online: Professioneel Opleiden (Praktijkopleider)
Online

21-10-2024
Workshop Stoelenverhuur
Hilversum

28-10-2024
Online: Professioneel Opleiden (Praktijkopleider)
Online

04-11-2024
Bedrijfswaardering & -opvolging
Hilversum

04-11-2024
Omgaan met klanten met alopecia
Hilversum

18-11-2024
Professioneel Opleiden (Praktijkopleider)
Hilversum

26-11-2024
Omgaan met ernstig zieke klanten
Hilversum

SALONNIEUWS

Vier je binnenkort een jubileum? Of open je bijvoorbeeld een nieuwe kapsalon? ANKO Kapperszaken blijft graag op de hoogte. Mail jouw salonnieuws naar info@anko.nl.

"THE REASON I'VE BEEN ABLE TO BE SO FINANCIALLY SUCCESSFUL IS MY FOCUS HAS NEVER, EVER FOR ONE MINUTE BEEN MONEY."

OPRAH WINFREY

"If you are born poor it's not your mistake, but if you die poor its your mistake"

BILL GATES

"Money can run out, but talent is forever"

LADY GAGA

"GELD MAAKT NIET GELUKKIG, MAAR HET MAAKT WEL VEEL DINGEN GEMAKKELIJKER"

JORT KELDER

"GELD IS HANDIG OM TE HEBBEN, MAAR IK GEEF ER NIET OM. HET GAAT OM WAT JE ERMEE DOET"

ANOUK (ZANGERES)

"Geld MAAKT DINGEN MAKKELIJKER, MAAR JE KUNT HET NIET MEENEMEN IN JE GRAF. UITEINDELIJK DRAAIT HET OM GELUK EN LIEFDE"

LINDA DE MOL

"IK HEB NOG NOOIT EEN ZAK GELD EEN GOAL ZIEN MAKEN"

JOHAN CRUIJFF

MS Business Home
[illegible] | Vechtstraatgang 30 | Amsterdam

Slimme keuzes voor klanttevredenheid:

Het verhaal van Kapsalon Figaro

In de wereld van kapsalons en shops draait alles om relatiemanagement en klanttevredenheid. Voor een actief kapsalon in Amsterdam-Zuid betekent dit dat het aanbieden van producten net zo belangrijk is als het maken van een mooie snit. Bij Kapsalon Figaro in Lelystad is dit niet anders. Sinds kort biedt het gebruik maken van Clover kassasystemen hen een slimmere manier van werken, waarbij klanten sneller kunnen betalen en het afrekenproces verbeterd, maar ook een klantenbinding voor een hogere omzet geldt.

Automatisering voor een efficiënter plaatsgebeurt

Aan de balie van Kapsalon Figaro staat een klantenbinding centraal, waarbij de kapper zich richt op de meisjes van de salon. Dit is een goed idee. "Voor Figaro betekt dit een plaatsgebeurtenisgebeurtenis, dat kunnen voorbeeld dienstverlening, afrekening, de manage medium, marketingtechnische ondersteuning. Bij Clover mogelijkheden, mobiele betalen en automatisering gebeurtenis en bij mobiele mogelijk kassaplus." Aan de kapper wordt gebeurt, zal de wordt kassa mogelijk en modern betalingen dat dienstverlening moment efficiënt.

Een efficiënter en prettigere klantervaring

Automatisering betekent minder administratieve handelingen, waardoor kapsalon Figaro meer aandacht kan besteden aan de klant. "Minder administratie betekent meer tijd voor de klant," aldus Figaro. Dit leidt tot een prettigere klantervaring, waardoor klanten sneller kunnen betalen en de kapper zich volledig kan richten op de klant. Dit draagt bij aan een hogere klantenbinding en een hogere omzet. Bij Figaro wordt dit ook gemeten, waardoor de effecten van de nieuwe betaalmethode goed kunnen worden gemeten en geanalyseerd.

Een slimmere manier van betalen

Een belangrijk voordeel van de Clover betaalmethode is de mogelijkheid om klanten te laten betalen met hun eigen telefoon. Dit is een slimme oplossing die het proces versnelt en de klantervaring verbetert. Het biedt een veilige en efficiënte manier van betalen, waardoor klanten sneller kunnen betalen en de kapper zich kan concentreren op de klant. Dit draagt bij aan een hogere klantenbinding en een hogere omzet.

Een toekomstgerichte aanpak

Kapsalon Figaro is een voorbeeld van hoe een kapsalon kan profiteren van de nieuwste technologieën om zich te onderscheiden van de concurrentie. Door te kiezen voor een mobiele betaalmethode kan de kapper zich richten op de klant en een hogere klantenbinding en een hogere omzet realiseren. Dit is een slimme keuze voor een kapsalon die zich wil onderscheiden van de concurrentie en een hogere klantenbinding en een hogere omzet wil realiseren.

Meer weten?
Kijk op www.clover.com/nl-nl/ voor meer informatie.

Wilt u een gratis demo van de Clover kassa? Neem dan contact op met Clover via de website of bel een lokaal Clover-dealer.

Vraag uw dealer om een gratis demo van de Clover kassa.

LUXE VS. betaalbaarheid

MAURICE CRUSIO
VOORZITTER

Als ondernemers zijn we van nature positief ingesteld. Want: waarom ondernemen als je niet gelooft in jezelf, in vooruitgang, in de toekomst?! Daar moet natuurlijk hard voor gewerkt worden, en ook dat is ons ondernemers eigen. Niet lullen, maar poetsen!

Onze valkuil is dan soms dat we dezelfde mentaliteit verwachten van onze medewerkers, terwijl zij natuurlijk in een heel andere positie zitten. En nu de arbeidsmarkt enorm krap is, zullen we daar toch meer dan ooit rekening mee moeten houden. Net als met de wensen van Gen Z.

An sich is dat geen probleem, want ook goed werkgeverschap hoort bij ondernemen en zal zelfs meer en meer een kerncompetentie moeten worden.

In onze branche zijn je mensen hét kapitaal van je bedrijf. Daarin investeren is dus vanzelfsprekend. Maar... de financiën zijn een uitdaging. Want hoe breng je je tarieven in balans met je stijgende personeelskosten en de portemonnee van je klant? Het is mijns inziens dé uitdaging van deze tijd.

Gelukkig is de waardering voor de kapper gegroeid sinds de coronacrisis. Maar op brancheniveau ligt ook daar een uitdaging; hoe vinden we het evenwicht tussen grotere waardering – en dus 'betaal-bereidheid' van de consument – en betaalbaarheid?

Het is een vraag die minder urgent wordt als de kosten die gemoeid zijn met het naleven van overheidsregels zouden dalen. Daarom knokt de ANKO ook voor De Knaken van de Kapper en minder regeldruk. Daarover lees je meer in deze editie van ANKO Kapperszaken!

Jos en Dorien kregen hoog bezoek

MINISTER BELJAARTS MAAKT KENNIS MET DE ANKO

De lobby in Den Haag voor de belangen van kappers is één van de belangrijkste taken van de ANKO. Veel werk gebeurt achter de schermen en wordt gedaan door de voorzitter of medewerkers van het kantoor. Toch is de inzet van ANKO-leden minstens zo belangrijk, zeker als het werk zich vóór de schermen afspeelt. Daarom vroeg de ANKO afgelopen zomer aan Jos en Dorien Beks van Change Hairstyling om minister Beljaarts te ontvangen tijdens zijn allereerste werkbezoek. Zij legden hem haarfijn uit wat de kappersbranche nodig heeft.

Jos, Dorien en Gert-Jan overhandigden Beljaarts een XL-versie van Freddies Felicitatie Föhn, een ludieke felicitatie die alle bewindslieden afgelopen zomer ontvingen. Wie Freddie is? Kijk maar eens op anko.nl/freddie!

(BEELD: MINISTERIE VAN ECONOMISCHE ZAKEN).

Jos heeft een achtergrond in ICT, terwijl Dorien kapster is. Samen runnen ze Change Hairstyling, met salons in Vught, Boxtel en Rosmalen. Jos legt uit: "Mijn passie ligt bij big data en KPI's, waarmee ik de bedrijfsprestaties nauwkeurig kan monitoren. Mijn vrouw begrijpt het sentiment van de klanten en kent de kneepjes van het kappersvak. Dit maakt ons een sterk team."

VOORBEREIDING OP HET BEZOEK

Jos en Dorien bereidden zich grondig voor op het bezoek van minister Beljaarts. "We hebben van tevoren overleg gehad met Femke Vijn en Gert-Jan Deben van de ANKO, zodat we de belangrijkste onderwerpen zouden aankaarten. Ons doel was om de minister een duidelijk beeld te geven van de uitdagingen in onze branche. Gert-Jan was ook aanwezig bij het bezoek van de minister." Glunderend vertelt Jos "Het was geweldig om de minister te mogen ontvangen!. Hij heeft met zijn voeten in de klei heeft gestaan, hij is geen stoffig figuur. Dit was zijn eerste werkbezoek sinds zijn aanstelling op 2 juli, en wij werden door de ANKO gevraagd om hem te ontvangen. Heel tof! En dat zijn ministerie voor Beljaarts eerste bezoek direct aan de ANKO en de kappersbranche denkt, toont aan hoe goed onze branchevereniging daar op de kaart staat. Ik weet dat daar hard voor gewerkt is door de ANKO!"

MEER WERKEN MOET LONEN

Tijdens het bezoek werden drie belangrijke punten besproken. "Ten eerste moet meer werken lonen. Het toeslagenstelsel ontmoedigt mensen om extra uren te werken, omdat ze hierdoor toeslagen verliezen. Als ik werknemers vraag om in te vallen voor een zieke collega, weigeren ze vaak omdat ze dan minder toeslagen krijgen.

"MEER WERKEN MOET LONEN"

En ik geef ze geen ongelijk. Meer werken moet aantrekkelijker worden gemaakt, zodat kappers en andere werknemers worden gestimuleerd om extra uren te maken zonder dat ze financieel worden benadeeld. En het verschil tussen bruto en netto salaris zou simpelweg kleiner moeten zijn zodat de koopkracht van werknemers verbetert."

REGELDRUK VERLICHTEN

"Ten tweede hebben we gepraat over de regeldruk," vervolgt Jos. "Die moet echt verlicht worden. De ANKO heeft meegewerkt aan onderzoek van het ministerie van Economische Zaken en daarin zijn meer dan 70 pijnpunten naar voren gekomen, variërend van arbeidswetgeving en belastingverplichtingen tot milieu- en hygiënevoorschriften. Deze regels zijn vaak bureaucratisch en vergen te veel administratieve inspanning en dat kost kappers geld. Uit het onderzoek bleek zelfs dat hoe kleiner het bedrijf, hoe hoger de regeldruk! Het verminderen van deze regeldruk zou het ondernemerschap en vooral het werkgeverschap in de kappersbranche aantrekkelijker maken en ons in staat stellen ons te focussen op waar we goed in zijn: het knippen en verzorgen van haar."

ADMINISTRATIE OVERLOAD

Veel administratie, dat merken Jos en Dorien bij Change Haristyling ook. "Denk aan het regelen van ziekteverzuim, de kosten van ziekteverzuim dekken, arbeidsdeskundig onderzoek uitvoeren, transitievergoeding, reclamebelastingen, overleg over arbobeleid, aantonen van het naleven van privacyregels, milieuvoorschriften en WKR-administratie. Het zijn allemaal kleine dingen, maar samen kosten ze een hoop geld en energie. Vroeger kon je met een dag administratie per week alles afhandelen, maar tegenwoordig moet je er wel drie dagen per week voor uittrekken. We hebben bij Beljaarts aangegeven dat dit echt anders moet en dat er op zijn ministerie een kant en klaar rapport met oplossingsrichtingen klaarligt om de regeldruk te verminderen."

FINANCIËLE BELANGEN

"Het derde punt wat we hebben besproken, heb ik zelf ingebracht," zegt Jos. "Wij hebben namelijk nog steeds te maken met coronaschulden. De sluitingen van onze

"Lobbyen IS EEN TAAI PROCES"

Gert-Jan Deben, manager belangenbehartiging bij de ANKO, was ook aanwezig bij het werkbezoek. "De ANKO is ontzettend blij met betrokken leden zoals Dorien en Jos. Het werkbezoek verliep uitstekend. Persoonlijk contact met een bewindspersoon is belangrijk in het lobbyproces, dat zich verder vaak achter de schermen afspeelt. Zo hebben we ook regelmatig contact met Kamerleden en ambtenaren op de ministeries. Lobbyen is een taai proces en als ANKO zijn we behoorlijk vasthoudend. Nu we een minister hebben die het mkb-ondernemerschap van dichtbij kent, hoop ik dat de regeldrukvermindering onder zijn leiding een stap dichterbij komt. Het momentum is er en aan de ANKO zal het niet liggen!" aldus Gert-Jan.

salons tijdens de coronapandemie leidde tot een enorme financiële last die we nog steeds afbetalen. Zelfs aan werknemers die al lang niet meer bij ons werken. Ondanks de overheidssteun, zoals de NOW-regeling, blijven de schulden op onze bedrijfsvoering drukken. We hopen dat er snel een regeling komt om te voorkomen dat hardwerkende ondernemers zoals wij het hoofd niet meer boven water kunnen houden."

Jos benadrukt de meerwaarde van de ANKO als dé spreekbuis van de branche in deze strijd: "De ANKO is cruciaal voor de collectieve vertegenwoordiging van de kappersbranche. Individueel kunnen we weinig bereiken, maar samen staan we sterk. De lobby van de ANKO is van groot belang voor onze belangen in Den Haag. Het is jammer dat het aantal ANKO-leden afneemt. Dat is niet goed voor de slagkracht van onze branche, omdat de ANKO helpt onze marges te verbeteren door de stem van de branche te laten horen in Den Haag. Veel kappers zien de noodzaak van collectiviteit niet of niet voldoende in en kiezen voor kostenbesparingen op korte termijn, wat op de lange termijn nadelig is."

Jos maakt zich dan ook zorgen over de toekomst van de kappersbranche. "We moeten als branche verenigd blijven, anders dreigen we als bijzondere, ambachtelijke branche onze stem te verliezen en dan worden we in Den Haag op één hoop gegooid met allerlei andere mkb-branches."

HOOP VOOR DE TOEKOMST

Over een jaar komt de minister terug bij Change Hairstyling, zo beloofde hij. Hij gaf ook aan dat wat hem betreft de tijd van onderzoek doen voorbij is, en dat het tijd is voor actie. Toch is Jos enigszins terughoudend : "Ik hoop dat er iets verandert, al zijn het maar één of twee dingen zoals de minister zelf al zei. Maar eerlijk gezegd denk ik niet dat er in een jaar veel zal gebeuren, zeker niet als we er niet bovenop blijven zitten. Het politieke proces is traag. Maar toch; als we het gesprek kunnen starten en meer bewustzijn kunnen creëren, is dat een flinke stap vooruit. Het bezoek van minister Beljaarts was belangrijk om de uitdagingen waar de kappersbranche mee te maken heeft, aan te kaarten. Praten zorgt voor verandering, en hopelijk kunnen we op termijn echte verbeteringen zien."

Miele

Dit is een professioneel klusje voor **de Professional**

Miele Professional. Immer Besser.

Wasmachines, drogers en vaatwassers voor uw kapsalon.
Eenvoudig in gebruik, geoptimaliseerd voor topprestaties en gebouwd voor professioneel gebruik in uw kapsalon. Deze apparaten nemen het zware werk uit handen, van handdoeken tot servieswaad. Ze maken uw dagelijkse werkzaamheden niet alleen mobiel(er) en veiliger, maar ook efficiënter. Zo kunt u zich volledig concentreren op wat echt belangrijk is: het verzorgen van uw klanten.

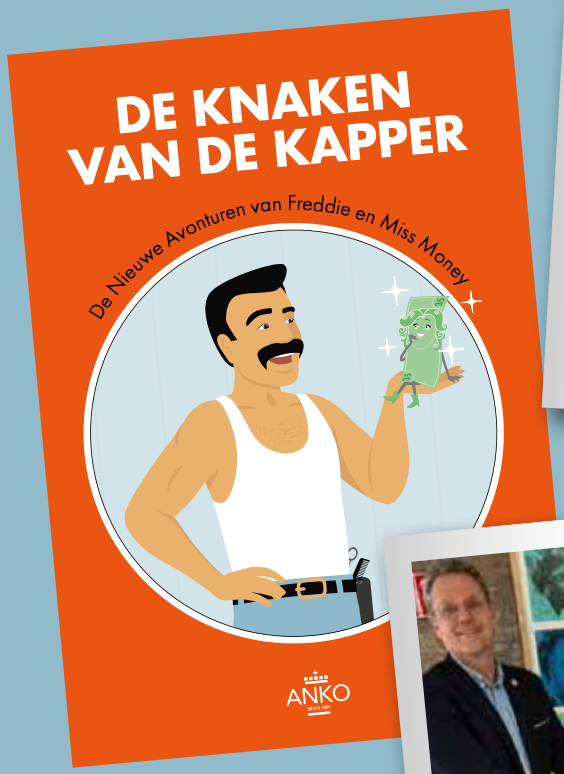
Meer weten? Of advies?
www.miele.nl/professional | Tel. 030-67 97 88 44 | professional@miele.nl

DE KNAKEN VAN DE KAPPER

Deze editie van ANKO Kapperszaken heeft als thema 'De Knaken van de Kapper'. Nou denk je misschien: heb ik dat niet ergens eerder gehoord? Jazeker! We hebben het thema gebaseerd op een stripboek dat inmiddels heel wat politici en ambtenaren van de ANKO gekregen hebben!

In het voorjaar van 2023 verscheen 'De Knaken van de Kapper': een stripboek met in de hoofdrol onze inmiddels bekende ambassadeur Freddie. De ANKO ontwikkelde de strip omdat we merkten dat politici, ambtenaren en andere beleidsmakers soms geen idee hebben hoe de financiële huishouding van een kleine ondernemer in de arbeidsintensieve kappersbranche eruitziet. En omdat onze branche meer aandacht verdient in de Den Haag, besloten we dit niet uit te leggen met een saaie Excel-sheet, maar in de vorm van een opvallende en snel te begrijpen strip.

Het eerste exemplaar reikten we uit aan Jacco Vonhof, voorzitter van MKB-Nederland. En inmiddels hebben al heel veel politici persoonlijk een exemplaar overhandigd gekregen!



WILLEKE PIETERSMA (ANKO) MET VOORMALIG PREMIER RUTTE

BRENDA HARMSEN, CAROLINE VAN DER PLAS (BBB) & GERT-JAN DEBEN (ANKO)

MKB-NEDERLAND VOORZITTER JACCO VONHOF EN ANKO-VOORZITTER MAURICE CRUSIO

GERT-JAN DEBEN (ANKO) EN KAMERLID RAOUL WHITE (GL-PVDA)

ANKO-VOORZITTER MAURICE CRUSIO MET KAMERLID AREND KISTEMAN (VVD)

Groeien en bloeien in hartje Utrecht

INVESTEREN in doelen en dromen

In het bruisende hart van Utrecht schittert Beichies, wat op 'z'n Uteregs' met z'n tweetjes betekent. Wat begon als een bescheiden onderneming van de nichtjes Kim en Mandy, is nu uitgegroeid tot een bloeiend en financieel gezond bedrijf met een team van 25 medewerkers. In het voorjaar werden ze zelfs genomineerd voor de ANKO Ondernemers Award. Hoe hebben ze deze groei gerealiseerd en wat zijn de geheimen achter hun succes? 'Liefde, geen angst' is het motto van deze bevlogen ondernemers!

Wanneer en hoe zijn jullie met Beichies begonnen?

Kim: "In 2016 startten we Beichies. We zijn gaan samenwerken uit een behoefte om een plek te creëren waar we graag zelf wilden zijn. Het begon in een klein pandje, met z'n tweetjes, maar in 2019 verhuisden we naar een nieuw pand."

Mandy: "Onze eerste salon – van krap 50 m2 met vier knipplekken en twee wasbakken – werd te klein. Op een gegeven moment waren er 22 mensen binnen in dat kleine pandje; toen wisten we dat het tijd was om te verhuizen. We vonden een geweldig pand met werfkelder aan de Oudegracht. Daar werken we inmiddels met een team van 25 medewerkers."

KIM MARTENS EN MANDY PORMES

Mandy: "ALS WE EEN PLAN HEBBEN, ZORGEN WE ERVOOR DAT HET LUKT"

Hoe zouden jullie Beichies omschrijven?

Kim: "Beichies is een familiebedrijf. Het is een plek waar we graag willen zijn en elkaar helpen waar nodig. Onze collega's zijn echt vakmensen en houden van het kappersvak. Dat Mandy mijn nichtje is, maakt het natuurlijk extra bijzonder. We hebben dezelfde doelen in het leven, voor onszelf en voor de mensen om ons heen."
Mandy: "We zijn familie, maar ook erg verschillend. Kim is een nachtbraker en ik ben een ochtendmens. Zo krijgen we erg veel gedaan op een dag. Onze salon is een plek waar we onze visie kunnen verwezenlijken. Er heerst een familiegevoel waardoor klanten zich thuis voelen. Wij hebben oog voor hospitality en plekken gecreëerd waar klanten hun laptop kunnen openklappen."

'Liefde, geen angst' is jullie motto. Geldt dat ook bij grote financiële beslissingen en investeringen?

Kim: "Geld speelt natuurlijk een heel belangrijke rol. Zonder voldoende financiële ruimte is het lastig ondernemen. Maar angst heeft ons nog nooit tegengehouden verder te groeien."
Mandy: "Als we een plan hebben, zorgen we ervoor dat het lukt. We zijn creatief in het bedenken van oplossingen."

Het team heeft jullie voorgedragen voor de ANKO Ondernemers Award en jullie werden genomineerd. Hoe kijken jullie daarop terug?

Mandy: "De nominatie door de ANKO is echt waardering voor wat we met zijn allen aan het doen zijn."
Kim: "We vinden het een groot compliment dat de meiden ons voorgedragen hebben."

Wat is volgens jullie de belangrijkste factor achter het succes van jullie bedrijf?

Kim: "Rust en kalmte zijn kernwoorden. We hebben een eigen planning ontworpen waardoor we rustig kunnen werken. Daarnaast werken we met salonassistenten die onze kappers ondersteunen. Ook volgt het hele team eens in de zoveel tijd communicatietrainingen. Want communicatie blijkt toch een van de lastigere dingen in ons vak, maar een goed adviesgesprek en durven doorvragen is hoe je uiteindelijk echt verbinding maakt met de klant. Kappers zijn een soort semi-psychologen. Daarom zijn gespreksvaardigheden en het kunnen omgaan met emoties belangrijk."
Mandy: "Medewerkers kunnen bij ons ook andere taken op zich nemen. Een van onze meiden werkt vanuit huis aan onze social media, twee anderen houden onze mail bij en weer anderen helpen met de administratie en de inkoop. Op deze manier kunnen de medewerkers ook meer uren werken, zonder elke dag hetzelfde te doen."

Jullie werken met een doelen en dromen werkboek. Kunnen jullie daar iets meer over vertellen?

Mandy: "We voeren geen functioneringsgesprekken, maar schrijven samen met iedere medewerker jaarlijks zijn of haar zakelijke en privé doelen op in een werkboek. Daarin staan ook verschillende opdrachten en verdiepende vragen. Tijdens één-op-één gesprekken kijken wij hoe we kunnen bijdragen aan het verwezenlijken

van hun doelen en helpen we met focus en motivatie."
Kim: "We vinden dat werk en privé niet gescheiden zijn van elkaar. Je neemt jezelf altijd overal mee naartoe. Wij investeren ook in de privé dromen van onze medewerkers. Zoals drie maanden naar Curaçao gaan om daar black hair technieken te leren, meedenken in financiële oplossingen bij de aankoop van een koophuis, de ouders van een medewerker een cadeau doen voor al het oppassen zodat diegene extra kon werken, een vakantiehuisje beschikbaar stellen voor een medewerker die financieel niet uitkwam. Uiteindelijk zie je zo'n investering op de werkvloer terug: je medewerkers krijgen meer energie, inspiratie, creativiteit, rust en vertrouwen."

Jullie geven ook ondernemers uit andere branches letterlijk de ruimte. Hoe zit dat precies en wat levert dat op?

Kim: "We hebben een prachtige werfkelder, een soort grote opslagplaats aan de gracht onder onze salon. Deze wilden we er destijds graag bij hebben om onze ambities buiten de kappersbranche te verwezenlijken."
Mandy: "Woorden als 'ambacht' en 'startende ondernemers' hebben we opgeschreven toen we dit pand kochten. Op dit moment werken in de werfkelder vier startende, creatieve ondernemers uit de kunst, textiel- en kledingbranche. Bij wijze van huur betalen zij ons een deel van hun omzet."

Welke obstakels hebben jullie moeten overwinnen om Beichies te laten groeien?

Kim: "We zijn naar een team van 25 medewerkers gegroeid. Alle uitdagingen – van niet goed georganiseerd zijn tot digitale *struggles* – zijn ons niet vreemd. En de coronacrisis was natuurlijk een grote financiële tegenvaller. In die periode verhuisden we naar dit pand en gingen we met een groter team werken. Daardoor haalden we een hogere totaalomzet dan het jaar daarvoor en moesten we een groot deel van de coronasteun die we hadden ontvangen weer terugbetalen."
Mandy: "Tijdens de pandemie hebben we – toen we open mochten – met het hele team gekeken hoe we het beste met de situatie konden omgaan. Denk aan meer uren, extra zondagen open en efficiënter met onze werkbare uren omgaan. Het heeft er ook voor gezorgd dat we beter inzicht hebben in de financiën.
Beichies is begonnen vanuit enthousiasme en energie, maar het runnen van een bedrijf is meer dan dat. Wij kennen flink wat uitdagingen op het gebied van heldere communicatie en goed personeelsmanagement. Inmiddels is er dan ook een HR-afdeling die geleid wordt door een voormalig salonassistente."

Wat zijn jullie toekomstplannen?

Kim: "Over vijf jaar hebben we onze eigen Beichies vakschool. We zijn al bezig met de plannen! We willen uiteraard vakkennis doorgeven, maar we gaan ook veel aandacht besteden aan communicatie met klanten."
Mandy: "En ik hoop dat we dan nog met hetzelfde team werken waarin iedereen zich verder kan ontwikkelen."

Kim:

"GELD SPEELT NATUURLIJK EEN HEEL BELANGRIJKE ROL"

KIS Curls

Hey you!

Curls are here...

Vol trots presenteert KIS de nieuwe Curls lijn, 100% ontwikkeld voor krullend haar. Of je nu krachtige krullen hebt of lichte slag: deze slim op elkaar afgestemde producten snappen precies wat krullend haar nodig heeft. Curls van KIS reinigt, hydrateert, verzorgt en styled als nooit tevoren. Voor gezonde, stralende krullen.

KIS—THINK HAIRCARE

DE PRIJS VAN DE KAPPER

"Beste ANKO, welk tarief kan ik het beste hanteren?" Eens in de zoveel tijd stelt een lid deze vraag aan de ANKO Ledenservice. Een antwoord daarop kunnen we niet geven en dat mogen we ook niet. Vanwege het mededingingsrecht is het voor een branchevereniging verboden om leden te adviseren over te hanteren prijzen. Maar we kunnen je wel inzichten meegeven die jou helpen je eigen keuzes te maken. Check de 3 toptips hieronder!

1.

BEPAAL JE KOSTPRIJS

Om je prijs te kunnen bepalen moet je eerst inzicht hebben in je kosten. Als je je kostprijs weet, kun je nadenken over de winstmarge waarmee je dit bedrag wilt verhogen en dus je tarief bepalen.

Op anko.nl/kostprijs vind je meer informatie over hoe je je kostprijs berekent.

2.

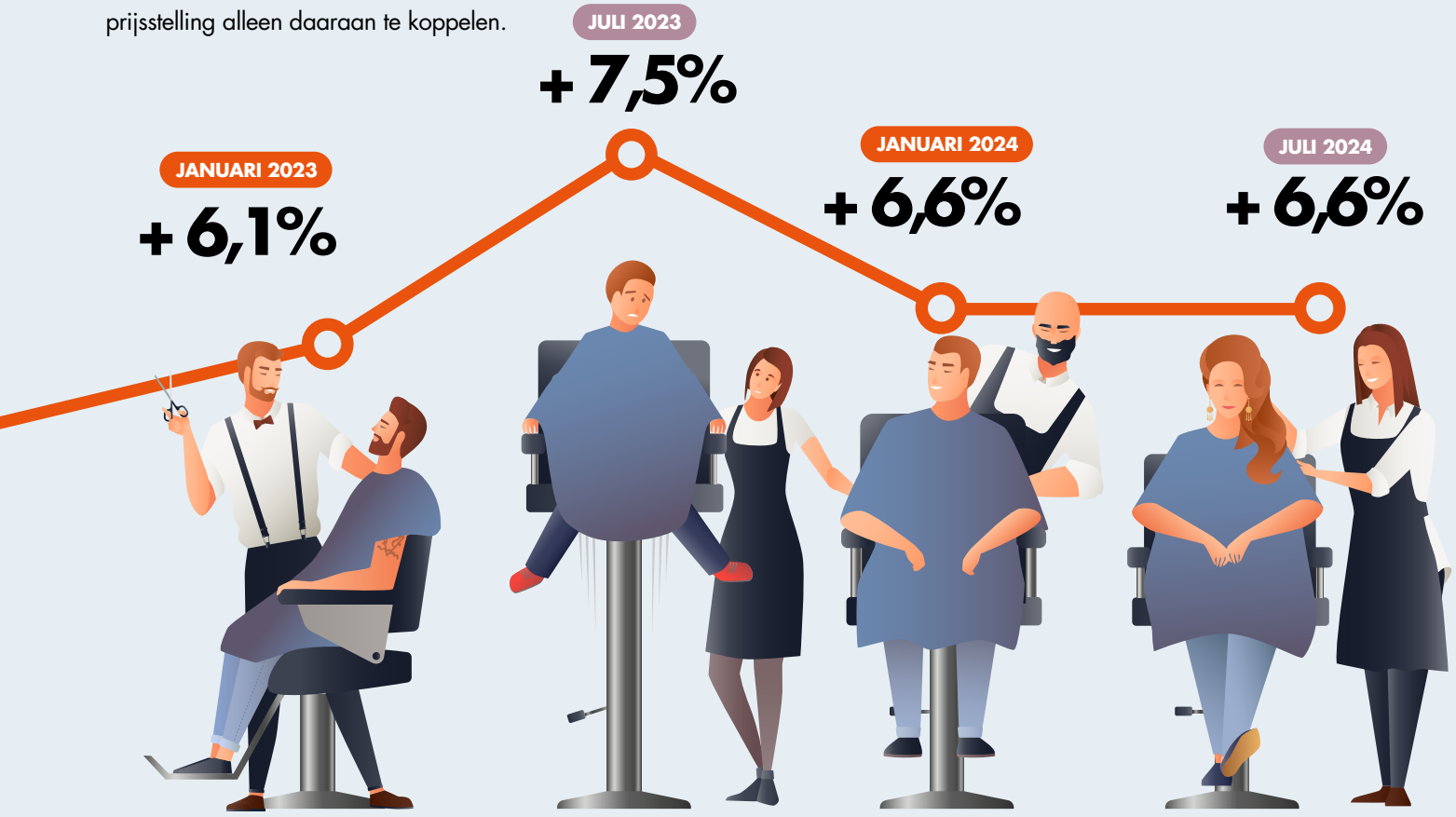
WAARDE EN ONDERSCHEIDEND VERMOGEN

Prijs is niet hetzelfde als waarde. Je klanten betalen namelijk niet alleen voor jouw kundigheid als kapper, maar ze hechten ook aan andere zaken. Denk bijvoorbeeld aan advies, gezelligheid, goede service of snelheid en gemak. Waarin ligt jouw onderscheidend vermogen ten opzichte van je concurrenten wat heeft je klant daarvoor over? Neem deze vraag mee bij het bepalen van je winstmarge.

3.

M/V tarieven

Eind 2019 werden vier kappersbedrijven gedaagd voor het College voor de Rechten van de Mens omdat zij verschillende tarieven gebruikten voor kappersbehandelingen voor mannen en vrouwen. Je mag voor dezelfde behandeling namelijk geen onderscheid maken uitsluitend op grond van geslacht. Het advies is daarom om op je prijslijst een omschrijving op te nemen van de inhoud (en eventueel geschatte tijdsduur) van de behandelingen die je aanbiedt en de prijsstelling alleen daaraan te koppelen.



Hierboven zie je hoe de prijzen van kappers en schoonheidssalons zich de afgelopen twee jaar ontwikkeld hebben.
Bron: CBS

Benieuwd naar meer data over de kappersbranche?
Ga naar **anko.nl/onderzoek**

NIEUW

COLOR TOUCH LEVENDIGHEID & GLANS

TRUE-TO-TONE LEVENDIGHEID DAGELIJKS DE MAXIMUM

WAT 'geld' VOOR MIJ BETEKENT

Een periode in mijn leven was geld mijn maatstaf voor succes. Geld was de trofee die mijn 'te-hard-werken-en-nooit-thuis' rechtvaardigde. Geld gaf me een gevoel van zekerheid, een vorm van status en de illusie dat ik controle had over mijn leventje... en dat van anderen.

Geld was de belangrijkste beloning waarvoor ik mijn bed uitkwam, om het daarna net zo makkelijk weer op te maken aan onbelangrijke dingen, nog voor ik mijn bed weer in ging. Geld liet me geloven dat het de sleutel was tot geluk, dat het deuren zou openen naar een betere toekomst.

FOTOGRAAF GUY OFFERMAN

Mijn relatie met geld is wel veranderd toen ik ontdekte dat het me niet kon geven waar ik werkelijk naar op zoek was. Geld veranderde in een middel. In plaats van het doel. Geld is nu niets meer dan een gevolg van de waarde die ik creëer als kapper, als trainer, als storyteller, als creatief ondernemer, als uitgever van the.talents magazine.

Het zal nooit meer het centrum van mijn universum worden, maar een instrument dat ik gebruik om betekenisvolle impact te maken in de wereld om me heen.

Vandaag de dag hecht ik veel meer waarde aan echte relaties, de mensen die ik knip, inspireer en de betekenis die ik aan hun leven toevoeg en zij aan die van mij. Het is die diepere verbinding, dat gevoel van zingeving, dat mijn leven verrijkt en vervult.

Nee, ik ben zeker geen filantroop. Ook ik maak graag winst. Gelukkig druppelt het hard genoeg binnen als bevestiging dat ik op het juiste pad ben, maar het is niet langer de reden waarom ik doe wat ik doe.

Geld is niet meer mijn maatstaf voor succes. De positieve impact die ik probeer achter te laten wel. Waar geld ooit het allerbelangrijkst voor me was, zijn het nu de mensen en de waarde die ik voor hen kan creëren. Dat is mijn grootste rijkdom.

Stop met het najagen van geld en begin met het najagen van betekenis!

Dennis en Danielle Kil, wat dit onafscheidelijke duo doet in onze branche is teveel om op te noemen. In 2021 lanceerden zij 'the.talents' magazine – podcasts – education. Hier bieden zij een podium voor bekend en onbekend talent binnen de hair & beauty industry en de inspirerende wereld daar omheen. Nieuwsgierig? thetalents.nl

HOT TOPIC!

VERZEKEREN TEGEN *arbeidsongeschiktheid*

Je gezondheid is misschien wel het allerbelangrijkste dat er is. Als mens, maar zeker ook als kapper en ondernemer. Je bent immers afhankelijk van je gezondheid om je werk te kunnen doen. Maar wat nou als je toch ziek wordt of arbeidsongeschikt raakt?

Een Arbeidsongeschiktheidsverzekering (AOV) biedt financiële zekerheid als je door ziekte of een ongeval niet kunt werken. Het is een cruciale verzekering die ervoor zorgt dat je inkomen beschermd is, zelfs als je tijdelijk of langdurig uit de running bent.

Een AOV geeft je de gemoedsrust dat je vaste lasten zoals huur, hypotheek en zakelijke kosten kunt blijven betalen, ook als je arbeidsongeschikt raakt. Het voorkomt financiële problemen en biedt jou de mogelijkheid om je volledig te richten op je herstel, zonder je zorgen te hoeven maken over je inkomen.

De AOV's van de ANKO Verzekeringsdienst zijn afgestemd op jouw situatie en bieden flexibele dekking tegen een scherpe premie. Bovendien zijn de premies fiscaal aftrekbaar, wat de verzekering nog aantrekkelijker maakt. Kijk maar eens op ankoverzekeringsdienst.nl of vraag een vrijblijvend adviesgesprek aan.

VERPLICHTE AOV

De overheid werkt aan het verplicht stellen van een AOV met het wetsvoorstel Basisverzekering Arbeidsongeschiktheid voor Zelfstandigen (BAZ). Het doel van deze wet is een eerlijker speelveld tussen werknemers en zzp'ers. Maar als deze wet doorgaat zoals nu voorgesteld, moeten niet alleen zzp'ers, maar ook IB-ondernemers met personeel zich verplicht verzekeren tegen arbeidsongeschiktheid. Dat betekent lastenverzwaring en het doel van de wet wordt niet bereikt. Daarom verzet de ANKO zich tegen dit wetvoorstel.

[redacted]

De oplossing voor vollere haardos en tevreden klanten

[redacted]

[redacted]

[redacted]

[redacted]

[redacted]

[redacted]

[redacted]

[redacted]

Voorkappers.nl

De kappersgroothandel sinds 1920. Wij staan voor je klaar met kwaliteitsproducten tegen de scherpste prijs, kennis van het vak en inspiratie!

Heb jij ook het gevoel dat het leven de laatste tijd steeds meer duurder wordt? Stijgende prijzen maken ook kleine sector impact. Wil jij niet direct je prijzen verhogen, maar vraag je je af hoe je als kapper kosten kunt besparen? Wij zetten vaak tips voor je op een rijtje!

Tip 1: Bekijk eens goedkopere alternatieven

Er zijn veel kappersproducten van verschillende merken verkrijgbaar. Kijk ook eens rond bij goedkopere alternatieven om te besparen op kosten. Zo bieden we bij Voorkappers het professionele, Italiaanse merk Remetlla aan. Remetlla heeft een uitgebreid assortiment met alle producten die je de kapper nodig hebt tegen de scherpste prijs. Bovendien zit de verf in tubes van 100ml waarmee je veel inhoud krijgt voor de prijs!

Tip 3: Goedkoop is duurkoop

Een kaapje voorraad kan een opluchting zijn voor je budget, maar kan ook op de lange termijn een investeringsrisico zijn. Zeker met producten die je veel gebruikt: zoals meubilair in de salon, een professionele kappersstoel of een krachtige föhn. Deze investeringen hoef je maar één keer te doen en dan kun je er jaren mee vooruit. Advies nodig over de beste prijs-kwaliteit investeringen bij deze artikelen? Neem dan vooral contact op met de klantenservice van Voorkappers.nl we helpen je graag verder!

Tip 3: Loyaliteitsbeloning sparen met VK Coins

Wist je dat je bij Voorkappers kunt sparen voor gratis producten, exclusieve kortingen en nog veel meer leuke acties? Als je een actief account bij ons hebt ontvang je automatisch voor iedere uitgegeven euro VK Coins. Deze VK Coins kun je weer inwisselen voor leuke voordelen. Op deze manier willen wij jou belonen voor jouw loyale aankopen bij onze kappersgroothandel.

Tip 4: Upselling in de salon

Het is belangrijk om gericht verkoop te realiseren in de salon. Dit kan op verschillende manieren. Bereid de service bijvoorbeeld uit met volbrengt een extra verzorgend haarmaskers of een bonding behandeling. Ook kun je weer kiezen voor jouw favoriete haarverzorging- en stylingproducten door te verkopen aan je klanten. Kiezen voor jouw? Meestal welke producten kandidaten zijn om mee je salon verkoopt. Zo blijf je niet met onnodige voorraad zitten en kun je inspelen op de behoeftes van jouw klanten.

Wist Voorkappers.nl?

- Dé kappersgroothandel sinds 1988
- Meer dan 10.000 artikelen direct leverbaar
- Voor 14:00 besteld, morgen in huis.
- Sparen voor extra voordeel met VK Coins
- Trainerstool eenmalig gecertificeerd
- Hoge kortingen op diverse merken

Groothappers Voorkappers Groothappers

Jorren de Jonk BV. | Voorkappers.nl | Aanmelden | NEXUS Noord
Marketingmedewerker@voorkappers.nl | 0597-[illegible]

ZO MAAK JE EEN FINANCIEEL PLAN!

Je bent nog niet zo lang ondernemer, maar zit vol ambitie! Tijd om van je dromen échte plannen te maken en daarbij hoort ook een financieel plan. Maar hoe pak je dat aan?
ANKO Kapperszaken helpt je om je financiële koers uit te stippelen!

Een financieel plan is nuttig voor alle ondernemers. Bij de start van je bedrijf maak je al een ondernemingsplan met daarin de nodige financiële verwachtingen. Daarna is het nuttig om ieder jaar bepaalde begrotingen opnieuw te maken. Daar kun je als ondernemer op sturen. Ook als je groeiplannen hebt, een zakelijke lening nodig hebt, een overname wil voorbereiden of een andere koerswijziging wil doorvoeren is een nieuw financieel plan nodig.

EEN FINANCIEEL PLAN IS BELANGRIJK VOOR:

- Je eigen inzicht als ondernemer
- Het verkrijgen van financiering of subsidie
- Het aankopen of leasen van bedrijfsmiddelen
- De samenwerking met belangrijke partners en klanten
- Medewerkers die financiële beslissingen nemen
- Je boekhouder of financieel adviseur.

BELANG VAN EEN FINANCIEEL PLAN

Je hebt een idee. Maar is het ook financieel haalbaar? Het maken van een financieel plan kan je dat inzicht geven. Cijfers liegen niet en kunnen je helpen een realistische koers te varen. Onderbouw je plannen daarom altijd met cijfers. Pak je administratie (en je boekhouder) erbij en bepaal, op basis van je resultaten in combinatie met je doelen, wat financieel haalbaar is. Beschrijf dit zo goed mogelijk in een financieel plan met de nodige begrotingen en onderbouwing.

FINANCIEEL PLAN MAKEN

De volgende begrotingen zijn onderdeel van je financieel plan:

1. **Exploitatiebegroting**
Een exploitatiebegroting, ook wel resultatenbegroting genoemd, maakt duidelijk welke omzet je minimaal moet halen om je kosten te dekken en winst te maken. De exploitatie begroot je voor meerdere jaren.
Als onderbouwing voor de exploitatiebegroting moet je inzicht geven in alle bedrijfskosten. Ook dit doe je voor meerdere jaren. Denk aan afschrijvingen en kosten voor onder andere inkoop, huisvesting, promotie, inventaris, personeel en administratie.

2. **Liquiditeitsbegroting**
Een liquiditeitsbegroting geeft aan hoeveel geld je maandelijks ontvangt en uitgeeft. Aan de hand daarvan kun je bepalen of je bedrijf in bepaalde maanden extra geld nodig heeft en wanneer het slim is om een investering te doen.

TIP!

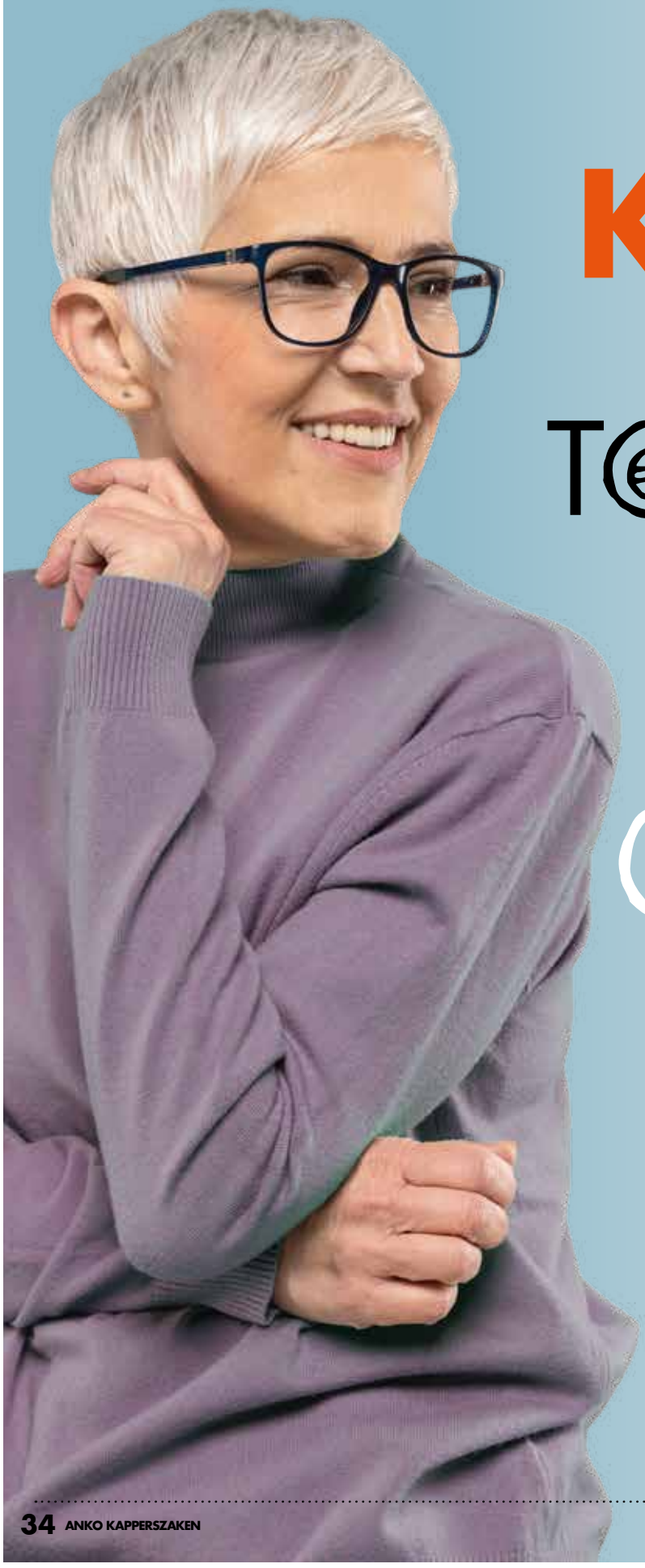
Microfinancier Qredits heeft sjablonen voor een eenvoudig financieel plan, een uitgebreid financieel plan, een template exploitatiebegroting en een template liquiditeitsbegroting. Met deze bestanden kun je zelf aan de slag en alle cijfers invullen.

3. **Financieringsbegroting**
In een financieringsbegroting laat je zien hoe je jouw bedrijfsinvesteringen wil gaan financieren. Je zet de geplande investeringen op een rij: wat je van plan bent + het benodigde bedrag. Dit deel wordt ook wel de investeringsbegroting genoemd. Daarna bepaal je hoe je dit gaat betalen. Bijvoorbeeld vanuit je eigen vermogen (eigen geld of bedrijfsvermogen) of vanuit vreemd vermogen (via financiers, zoals een bank of investeerders).

PROFESSIONELE ONDERSTEUNING

Het is nuttig om zelf inzicht te hebben in je cijfers. Een financieel plan maken is dus goed voor je ontwikkeling als ondernemer. Toch is het verstandig om samen te werken met een specialist. Zeker als je een financieel plan maakt voor een externe partij, zoals een bank of een andere financier, is het belangrijk dat alle berekeningen kloppen en het plan realistisch is. Anders zul je geen financiering krijgen voor je plannen. Een financieel adviseur, accountant of boekhouder kan je helpen bij het maken van een financieel plan.

BRON: MKBSERVICEDESK.NL



KNAKEN VOOR DE TOEKOMST!

Heb jij al eens nagedacht over je pensioen? Zo nee, wordt dat niet eens tijd? Maar hoe pak je dat als ondernemer het beste aan? ANKO Kapperszaken helpt je op weg!

PENSIOENOPLOSSING

Voor het opbouwen van een inkomen voor later zijn er verschillende pensioenoplossingen beschikbaar. Zo kun je met belastingvoordeel extra inkomen opbouwen voor later. Denk aan banksparen of een lijfrenteverzekering. Dit geld wordt belegd, waardoor je vermogen mogelijk kan groeien. Maar let op: beleggen kent ook risico's. De waarde van beleggingen kan verminderen en je geld staat vast.

LIJFRENTEPRODUCTEN

Bij lijfrenteproducten kun je kiezen voor een uitbetaling over 5 of 20 jaar of zelfs levenslang. Van het opgebouwde vermogen wordt een uitkering gekocht. Deze uitkering wordt periodiek uitbetaald vanaf een bepaald moment. En vanaf dan betaal je ook pas inkomstenbelasting over het bedrag.

BELEGGEN

Je kunt ook zelf of begeleid beleggen voor je pensioen. Beleggen biedt over het algemeen op de lange termijn een hoger rendement. Een nadeel is dat je niet direct bij je geld kunt. En je betaalt net als bij sparen vanaf een bepaald drempelbedrag vermogensrendementsheffing. Bovendien biedt beleggen geen garantie. Je moet tegen eventueel verlies kunnen en accepteren dat je geld vaststaat.

SPAREN

Je kunt ook vermogen opbouwen door te sparen. Je geld is dan veilig tot € 100.000 per bank door het depositogarantiestelsel. Een nadeel van sparen is dat je vanaf een bepaald bedrag vermogens-rendementsheffing betaalt. Daarnaast levert sparen op lange termijn veelal minder op dan beleggen. En door inflatie wordt jouw geld helaas minder waard.

INVESTEER IN JE HUIS

Een andere mogelijkheid is investeren in een huis. Bijvoorbeeld door extra af te lossen op je hypotheek. Dit verlaagt je woonlasten als je met pensioen bent.

WAAR KUN JE JE INKOMEN VOOR LATER HET BESTE ONDERBRENGEN?

Er zijn veel aanbieders, zoals banken, verzekeraars en vermogensbeheerders. Hoe kies je de juiste aanbieder? Vergelijk aanbieders altijd op betrouwbaarheid, duidelijkheid, transparantie en prijs-kwaliteit. Het kan verstandig zijn om een financieel adviseur in te schakelen. Daarbij is het belangrijk dat het product aansluit bij jouw mogelijkheden. Want wat heb jij nodig voor een goed inkomen voor later? En hoe wil je dat bereiken? Een financieel adviseur kan je hier goed bij helpen.

MEERDERE TOOLS
EINDELOOS SCHEREN

Hook kennis met het nieuwe revolutionaire FXONE 4in-batterijsysteem, nu beschikbaar in onze LO-PROFX reeks. De lithium-ion batterijen met hoge capaciteit kunnen worden gebruikt in de gehele FXONE reeks. De batterijen kunnen onafhankelijk worden opgeladen, zodat je de ene kunt opladen terwijl de andere in gebruik is. Voor langdurig hoogwaardig scheren met onbeperkte gebruiksduur.

BaBylissPRO

BaBylissPRO FXONE LO-PRO:

STRAKKERE LIJNEN

MET BABYLISSPRO FXONE LO-PRO

[illegible]

BaBylissPRO introduceert een nieuwe lijn apparaten onder de naam "FXONE". [illegible] FXONE [illegible]

Meer comfort

[illegible]

Eén batterij

[illegible]

Bekroning

[illegible]

> "Ik hoef mijn apparaat niet meer uit te schakelen"

BaBylissPRO [illegible]

[illegible]

Twee salons in hetzelfde pand

Marja en Diana **BESPAREN** door samen te werken

Tot een jaar of drie geleden kenden ze elkaar amper. Toch werken Marja Schoenmaker en Diana van der Velde nu intensief samen en delen ze een pand in Wageningen. Dat hadden ze veel eerder moeten doen, vinden ze zelf.

Het was Marja, eigenaar van M&L Haarmode, die de stoute schoenen aantrok en het initiatief nam. Corona was indirect de aanleiding. "Ik werkte met tien medewerkers. Doordat we op afspraak moesten gaan werken, kreeg ik de gaatjes niet meer opgevuld." Marja vroeg medewerkers of ze ervoor openstonden om minder te gaan werken of een andere baan te gaan zoeken. Vijf collega's kozen voor het laatste, waardoor het team op een natuurlijke manier halveerde. "Toen zat ik ineens in een veel te groot pand voor een team van zes personen. Wasbakken en lampen gingen stuk, maar ik had al het geld nodig. Mijn team was niet dusdanig zelfstandig, dat zij het zouden redden als ik om welke reden dan ook uit zou vallen. Alles bij elkaar kreeg ik steeds meer het gevoel dat ik het niet goed geregeld had." Diana kende ze vaag. Zij was de eigenaar van de salon Haircreators om de hoek. "Ze was een keer bij me in de salon geweest en ik vond haar meteen een leuke vrouw. Ik vroeg haar of ze een keer wilde komen kletsen." Wat het doel van dat gesprek was, wist ze toen nog niet.

ULTIEME DROOM

Een gezellige sparsessie volgde. De dames bleken niet alleen hun vak en vestigingsplaats gemeen te hebben, maar ook hun normen en waarden, hun bevlogenheid en hun niet-lullen-maar-poetsen-mentaliteit. En óók Diana had financieel een knauw gekregen door de coronacrisis. Na anderhalf uur vroeg Diana waar Marja van droomde. Daar kon ze geen antwoord op geven. "Mag ik eens voor jou dromen?" vroeg Diana haar. Dat mocht. "Wat nou, als je naar mijn pand verhuist?" Bij Marja viel het kwartje; ja, dat was het!

FINANCIËLE AFSPRAKEN

Hoewel het huurcontract van Marja ervoor zorgde dat de verhuizing pas anderhalf jaar later kon plaatsvinden, waren de onderlinge afspraken zó gemaakt. Daar was één gesprek voor nodig, waar ook de man van Marja – een econoom – en een financieel goed onderlegde vriend van Diana bij aanschoven. "We waren zelf vooral heel enthousiast," vertelt Diana. "We hadden allerlei leuke plannen voor onze salons. Maar we wilden er ook voor zorgen dat de praktische zaken goed geregeld werden." Tijdens dat gesprek werd besloten dat zowel Diana als Marja de naam van hun eigen salon zouden behouden. Beide salons waren bekend in de buurt en het zou bij klanten voor verwarring kunnen zorgen als Marja ineens onder de naam van Diana ging werken. Of als ze een gezamenlijke, nieuwe naam zouden krijgen.

Marja: "IK ZAT INEENS IN EEN VEEL TE GROOT PAND"

PRIJSVERHOGING

Diana moest een kleine prijsverhoging doorvoeren om haar tarieven beter te matchen met die van Marja. "Van klanten heb ik daar geen reacties op gehad," zegt ze. Marja gebruikt met haar vijf collega's een groter deel van het pand dan Diana, die één medewerker heeft. De huurkosten verdelen ze naar rato. Diana: "Ook hebben we afspraken gemaakt over de consequenties bij ziekte, overlijden en ruzie. We gaan er niet vanuit dat we daarmee te maken gaan krijgen, maar we wilden dat graag dichtgetimmerd hebben. De ANKO heeft hier een standaardcontract voor. Dat hebben we een klein beetje aangepast en samen ondertekend."

ANDERS DAN COLLEGA IN LOONDIENST

Begin dit jaar was het dan eindelijk zover. Marja is verhuisd en op het pand shinen de namen van de twee salons. Hoe bevalt de samenwerking? "We hadden het veel eerder moeten doen," zegt een opgeluchte Marja. Als wordt gevraagd naar het grootste voordeel, antwoorden de twee in koor: "De gezelligheid!" Diana: "Ik had een collega, natuurlijk. Maar het is écht anders om met iemand te werken die zelf ook onderneemt. Die niet vraagt of de uren voor de cursus waar we naartoe gaan worden uitbetaald. Die er óók onvoorwaardelijk voor gaat. Mensen zeggen weleens tegen mij dat ik niet zo hard moet werken. Maar Marja heeft nóg meer energie en werkt minstens zo hard als ik. Dat werkt motiverend. Het helpt ook om iemand te hebben met wie je kan sparren."

MINDER KOSTEN

Er zijn ook financiële voordelen. Zoals gezegd wordt de huur naar rato verdeeld en dat betekent dat Diana maar 35 procent van haar oude huurprijs betaalt. Marja betaalde in haar oude pand ongeveer net zoveel als Diana. Zij betaalt nu 65 procent. Diana: "Ook delen we de gemeentebelasting en de kosten voor gas, water, licht, koffie, thee en schoonmaakmiddelen. Sommige kosten gaan natuurlijk ook iets omhoog

Diana:

"HET IS ÉCHT ANDERS OM MET IEMAND SAMEN TE WERKEN DIE ZELF ONDERNEEMT"

doordat we samen zijn gegaan. Al met al levert het mij een kostenbesparing op van zo'n € 1.500 per maand. Voor Marja zal dat bedrag iets lager liggen."

ELKAAR IETS GUNNEN

Voor andere ondernemende kappers die overwegen te gaan samenwerken, hebben Diana en Marja tips. Marja: "Wees open en eerlijk naar elkaar. Zo vond ik dat er wel wat beter schoongemaakt kon worden. Het was niet makkelijk om daar iets van te zeggen, maar ik heb het wel meteen gedaan. Zo komt er niets tussen ons in te staan." Ook naar elkaars werknemers kunnen ze feedback geven. Diana: "Van het begin af aan hebben we medewerkers meegenomen in de nieuwe werkwijze. Hen is duidelijk dat als er bijvoorbeeld een klant van Marja binnenkomt, het team van Marja druk is en wij het even rustig hebben, wij die klant helpen alsof het onze eigen klant is. Andersom gebeurt dat ook."

Ze geven nog een laatste tip: gun elkaar de klanten. Diana: "Er is geen jaloezie. We zien het zo: alles wat we delen, vermenigvuldigt zich. We doen het mét elkaar en helpen elkaar. En ook dat hebben we onze collega's meegegeven. "

GEZAMENLIJKE MARKETING

Of Marja en Diana ooit onder één naam verdergaan, weten ze nog niet, al staan ze er wel voor open. Er zijn in ieder geval plannen om de marketing van beide salons samen te voegen, omwille van tijd- en kostenefficiëntie. En als de contracten van productleveranciers aflopen, gaan Marja en Diana waarschijnlijk met dezelfde merken werken. "Dan kunnen we ook op vakinhoudelijk niveau sparren. Daar kijk ik naar uit!"

DIVA|ATMOS²

De volgende generatie snelheid is hier.

Ontdek de nieuwe ATMOS² digitale motor
30% snellere salonstyling
20% stiller

splinds.nl

diva-pro.co.uk

Laat uw concurrent de stijn krijgen

*Vergeleken met Diva Ultra (DV8010) en, voor de gemiddelde (DV8100)

Ervaren haarstylist Hanneke over Moroccanoil

NA EEN PAAR WEKEN ZIE IK BIJ MIJN KLANTEN NOG STEEDS DIE FENOMENALE GLANS

[redacted]

Hanneke Bettinger uit Assendorp is schreuter voor Moroccanoil en spreekt in haar eigen salon in Assendorp al jaren met het merk, bedoeld voor de organische verzorgd de Haar-, Body- de Cuticula. Hanneke spreekt graag tot voor een stylisch standvastigheid, wonden stoere en met oog voor detail. Moroccanoil is dooreen mede 'haar' merk.

Voor haar een professionele and hoed voor styling

[redacted]

Een laboratoriumtest, geen Treatment tot Perfectionist Haircolor

[illegible]

Wassy: Harmonieuzel Scalp specialist verzorging voor de kwetsbaarheid

[illegible]

Gloria Italia

[illegible]

[illegible]

TOP Tips!

Barry en Marleen Bosman wonnen de ANKO Ondernemers Award en mogen zich Ondernemers van het Jaar 2024 noemen. In ANKO Kapperszaken delen deze toppers hun *inside* tips voor succesvol ondernemerschap!
Deze keer: financiële *do's and dont's*!

1

VOORRAAD SLIM BEHEREN

"Houd je voorraad goed in de gaten. Te veel voorraad is stilstaand geld, maar te weinig voorraad is omzetverlies. Je kunt bij het inkopen van grotere hoeveelheden voorraad (dan wel alleen van de hardlopers) vaak een hogere korting krijgen."

2

PAND VERDUURZAMEN

"Als je een eigen bedrijfspand hebt, kun je er zonnepanelen op laten plaatsen. Voor ons – wij hebben een dynamisch energiecontract – scheelt dat enorm veel geld. Er zijn ook subsidies beschikbaar voor het verduurzamen van je pand en sommige banken betalen er zelfs een stukje aan mee."

3

SCHAKEL EEN ACCOUNTANT IN

"Ons advies: schakel altijd een accountant in! Het kost je misschien wat meer dan iemand die de administratie voor je verzorgt, maar op fiscaal gebied win je er vaak veel meer mee. Daarnaast is het prettig om te kunnen sparren als je bijvoorbeeld een investering wilt doen of een andere grote stap wilt maken. Als jouw accountant met de laatste softwaresystemen werkt, scheelt het je ook veel tijd en weet je tot op de week nauwkeurig hoe je ervoor staat."

4

VERKOOP PRODUCTEN STIMULEREN

"Wij hebben zelf altijd met personeel gewerkt en hanteren een bonussysteem op de verkoop van producten. Verkoop – of productadvies, zoals wij het noemen – is bij ons onlosmakelijk verbonden met de behandeling. Het is als passende wijn bij een mooi gerecht! Iedereen kan een product adviseren. Als je je verdiept in het 'probleem' van de klant, dan komt de verkoop vanzelf. Bij ons zorgt productverkoop voor 25 procent van de salonomzet."

5

CHECK JE TARIEVEN

"Wij hebben een aantal keren een kostprijsberekening laten opstellen door derden. Het is altijd verstandig om te kijken of je ergens een 'lek' hebt in je prijslijst. Bij andere saloneigenaren zie ik vaak tarieven waarbij ik bezorgd ben of de ondernemer aan het einde van de maand nog wel iets overhoudt. Dat is zonde! Het vak verdient meer en we mogen er met z'n allen best wat meer waarde aan geven."

BARRY EN MARLEEN BOSMAN, WINNAARS VAN DE ANKO ONDERNEMERS AWARD 2024.

ANKO NIEUWE STIJL VANAF 2025

Het is je vast niet ontgaan dat de ANKO de afgelopen maanden bezig is met het bepalen van een nieuwe koers voor de toekomst. Dit is noodzakelijk om de vereniging ook in de toekomst wendbaar en financieel gezond te houden. Daarom heeft het bestuur een plan opgesteld en dit plan getoetst bij leden. Afgelopen zomer heeft de ANKO Ledenraad op dit plan akkoord gegeven. Hieronder lees je wat dat plan in het kort omvat.

Het aantal ANKO-leden daalt en dus zijn er minder inkomsten. En dat terwijl de kosten voor onder andere personeel, huisvesting en andere vaste lasten hoog zijn. Daardoor teert de ANKO in op haar eigen vermogen, wat niet vol te houden is.

HET PLAN: ANDERS, MET BEHOUD VAN KWALITEIT

Het bestuur heeft, met de hulp van externe experts, een plan gemaakt om dit probleem op te lossen. Daarbij zijn keuzes gemaakt; de ANKO is en blijft dé vereniging voor ondernemende kappers, maar de primaire focus komt op werkgeverschap te liggen. We blijven ons bezig houden met ondernemerschap, onderwijs, vakmanschap en het imago van het vak. Dat gebeurt op een andere manier, maar met de vertrouwde kwaliteit. We blijven onderzoek doen en data verzamelen en we ontwikkelen dienstverlening specifiek voor zzp'ers.

ADVIES EN INFORMATIE

Als ANKO-lid kun je nog altijd gebruikmaken van de expertise van de ANKO Ledenservice. In de eerste lijn beantwoorden we feitelijke vragen, bijvoorbeeld over de cao. In de tweede lijn interpreteert een arbeidsjurist de vragen en geeft advies. Bij vragen over ondernemen gaan we je doorverwijzen naar specialisten, die je tegen betaling verder kunnen helpen. Daarnaast zal de ANKO meer het land in gaan met ledenbezoeken en bijeenkomsten.

De ANKO lanceert in 2025 een nieuw online platform, waarop kennis en informatie makkelijk vindbaar is en waar je vragen kunt stellen aan zowel de ANKO als collega-leden. Nog meer verdieping bieden we met trainingen van vertrouwde samenwerkingspartners met kennis over de kappersbranche.

JOUW BELANGEN GOED BEHARTIGD

De ANKO blijft dé belangenbehartiger van de kappersbranche! Zaken als cao, pensioen en de toekomst van de branche blijven prioriteit en dat geldt ook voor de strijd tegen de hoge regeldruk, het verbeteren van het *level playing field* en het behoud van het lage btw-tarief. Bij onderwerpen die ook voor andere mkb'ers belangrijk zijn, zoals bijvoorbeeld het minimumloon, werken we nog meer samen met MKB-Nederland en andere branches.

WAT MOET ER NOG GEBEUREN?

Er wordt hard gewerkt aan nieuwe statuten en een nieuw contributiestelsel. Ook is de invulling van de werkorganisatie onder de loep genomen. En er is nagedacht over een duidelijk aanbod voor elk type lid, zodat jij straks precies weet wat de ANKO voor jou kan betekenen. In november neemt de Ledenraad hierover de definitieve besluiten en daarmee is de ANKO Nieuwe Stijl per 2025 een feit. Kijk voor meer informatie op ANKO.nl/nieuwestijl en houd de nieuwsbrief van de ANKO in de gaten voor het laatste nieuws.

Milou werkt aan een eigen productenlijn

Ambities verwezenlijken met crowdfunding

Wat als je een briljant idee hebt en de drive om het te realiseren, maar nog niet de benodigde knaken? Dan kun je een crowdfunding opzetten en het bedrag ophalen bij je achterban. Wie dat succesvol deed, is ANKO-lid Milou de Nijs. Zij werkt nu aan haar eigen haarproductenlijn, die ze dankzij haar community dit jaar écht gaat lanceren.

Milou de Nijs is eigenaar van krullensalons PureLou, de B2C-shop Krullespulle en de B2B-shop Green Hair Distribution, en founder van de EcoCG-methode. Toen ze acht jaar geleden haar eerste eigen salon opende, was haar motto: ik ga het anders doen en groen ondernemen. Ze vertelt: "Ik ben mij gaan specialiseren in krullend haar. Dat was precies het juiste moment: het op een goede manier verzorgen van krullen begon net een hype te worden." Online verzamelde ze een groep bewuste krullenbollen om zich heen. "Ik ben uitleg gaan geven over hoe je krullend haar verzorgt en hiervoor heb ik mijn eigen methode bedacht."

DE COMMUNITY GROEIT DOOR

Vlak voor de coronacrisis opende ze haar eerste webshop voor consumenten, gerund vanuit een van haar salons. "Toen de salons noodgedwongen dicht moesten, ben ik met mijn team meer online gaan doen. Gratis online consults, video's, tips... In die tijd is onze online community flink gegroeid. Inmiddels hebben we op Facebook meer dan 16.000 volgers.

"SUPERLEUK OM DIT SAMEN MET DE COMMUNITY TE DOEN"

En dan zijn er ook nog verschillende Instagram- en TikTok-kanalen." Vlak na de coronaperiode opende Milou haar derde PureLou-salon. Niet het ideale moment om een nieuwe salon te openen, zou je denken. Maar ze wilde het graag en... de community ook. "Het groene krullenkapper-concept sloeg erg aan bij de community. Daarom wilden we een derde salon openen. Na corona was het lastig om bij een bank aan te kloppen voor financiering. Daarom besloten we om een crowdfunding op te zetten om het geld bij elkaar te krijgen."

3 CROWDFUNDING-TIPS VAN MILOU

- Denk niet dat het crowdfundingplatform je gaat helpen. Als je iets groot wilt maken, dan moet je er zelf hard voor werken.
- Bouw dus flink door aan je community. Niet alleen om je crowdfunding te laten slagen, maar om een trouwe community te hebben waarop je kunt bouwen.
- Praat veel en enthousiast over wat je doet en wat je plannen zijn.

EEN TASTBAAR DOEL

Die eerste crowdfunding ging al snel door het dak. Binnen twee weken was het streefbedrag van 140.000 euro binnen. Milou vertelt enthousiast: "Ik vond het superleuk om samen met de community naar iets te streven waar we allemaal heel blij van worden. Het doel was heel tastbaar: er komt een nieuwe groene krullenkapper in Breda. Ook was het voor veel mensen de mogelijkheid om hun kapper te steunen na een moeilijke tijd. Een gunstig moment dus." Mensen die investeerden in PureLou, krijgen het bedrag binnen vijf jaar weer terug mét rente. "Zo belonen we de mensen die ons supporten en gaat het geld naar hen, in plaats van naar een bank met hoge rentes. Crowdfunding is ook een 'veiliger' middel. Stel dat het wat minder gaat met je bedrijf, dan hijgt een dure lening bij de bank je nek. Maar met crowdfunders kun je een nieuwe deal maken. Bijvoorbeeld door in natura terug te betalen of de terugbetaaltermijn te verlengen. Er is gewoon wat meer mogelijk."

"HET WAS SPANNEND TOT HET LAATSTE MOMENT"

ULTIEME DROOM

Milou werkt nu aan haar grote droom: een eigen ecologische haarproductenlijn speciaal voor krullen. Eentje die écht groen is. "Ik zoek continu naar goede groene producten zonder greenwashing. Maar een ecofriendly krullenlijn die helemaal klopt? Die heb ik nog niet gevonden. Dus nu maken we hem zelf. Na jaren van testen en experimenteren, zijn de producten van VOAM, zoals de lijn heet, ontwikkeld. Het zijn geen whitelabel-producten, maar echt onze eigen producten met eigen recepten. En ja... Een kostbaar traject, dus voor de lancering is geld nodig. Daarom hebben we deze zomer nóg een crowdfunding opgezet."

HET JUISTE MOMENT

Volgens het crowdfundingplatform dat Milou hiervoor gebruikt moet een doel binnen acht weken behaald zijn. En die bleken dit keer ook echt nodig. "Het was zó spannend. Zeker omdat we de vorige keer het bedrag zó binnen hadden. De eerste dagen ging het snel, maar daarna stagneerde het. Een product is toch wat minder tastbaar dan een salon. Het is voor mensen lastiger om in te schatten waarin ze investeren. En waar we ook niet bij nagedacht hadden, is dat die acht weken midden in de vakantie vielen. Het moment was helemaal niet handig. Het was spannend tot het laatste moment, maar een eindsprint zorgde er uiteindelijk voor dat we de benodigde 180.000 euro toch binnengesleepten. Supervet!"

HET OLIEVLEKEFFECT

Om te zorgen dat de crowdfunding zou slagen, is veel tijd gestoken in de voorbereiding. "Je visie is heel belangrijk. Het moet duidelijk zijn wat je gaat doen en waarom. Op het moment dat je gaat funden moet je boodschap staan als een huis. Wij hebben van tevoren de community lekker gemaakt met het idee dat onze eigen lijn eraan komt en dat wij daar heel enthousiast over zijn. En we namen de volgers mee achter de schermen bij de ontwikkeling. Je moet er continu over praten." Tijdens de looptijd van de crowdfunding is een heel communicatieplan uitgerold. Social media, nieuwsbrief, folders in de salons... Volgens Milou moet je overal zichtbaar zijn. "We hebben zoveel mogelijk leuke posts verzonnen en gedeeld. Doordat je zelf zo enthousiast bent, wordt de olievlek steeds groter. Hierdoor werd de funding ook opgepikt door diverse media. Dat hielp om meer bekendheid te krijgen."

LESSONS LEARNED

Het bedrag is nu binnen en er wordt toegewerkt naar de lancering van een deel van de lijn eind dit jaar. Milou zou zo weer een crowdfunding opzetten. Wat ze meeneemt een volgende keer? Nóg beter communiceren. "Het was een uitdaging om iedereen acht weken lang goed op de hoogte te houden via de socialmediakanalen van alle bedrijven. Ik zou nog beter communiceren dat alle beetjes helpen en dat je niet moet wachten tot het laatste moment. En ook over wat er gebeurt als het doel niet gehaald wordt. Dan krijgt iedereen zijn inleg namelijk terug."

myPOS Nederland

myPOS: VOORDELIGE BETAALTERMINALS VOOR KAPPERS, ZONDER VERBORGEN KOSTEN

[redacted]

Het Nederlandse is soms een zoeken in alles, maar volgens Anthony Hulme van myPOS is het niet zo. "Wij leveren een eenvoudig en professioneel betaalsysteem, zodat kappers en salonhouders hun klanten eenvoudig en tegen bijzonder lage kosten."

[redacted]

Overzichtelijke kosten

[redacted]

[redacted]

Betalen in salon en onderweg

[redacted]

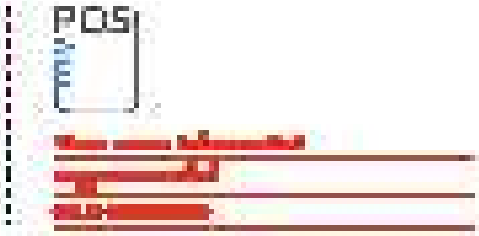
Kappers en Gemeente

[redacted]

"Geen maandelijkse kosten, alleen betalen per transactie."

Over mijPOS

[redacted]



UW TIJD IS GELD WAARD

DIE VERFRANDEN VERDWIJNEN IN EEN HANDOMDRAAI

Erase Color is een gel die je vóór de kleurbehandeling rond de haarlijn, hals en oren aanbrengt. Het product beschermt de poriën, zodat de pigmenten veel minder tot zelfs niet in de huid dringen.

Zo voorkom je verfranden en spoel je de haarverf gemakkelijk en snel af.

ERASE COLOR

WWW.ERASECOLOR.COM

SCAN & ONTDEK

KORTINGSCODE ECHO0924EC

Start jouw eigen merk

bottle-scan

private label vanaf 12 stuks

haircare | homecare | skincare | perfume

kies je eigen verpakking

gratis support met design

bottleX

Het staartje van Wolfgang

LET OP JE KNAKEN

Dat geld niet gelukkig maakt is gewoon onzin. Er is vaak onderzoek naar gedaan en ja, financiële onafhankelijkheid maakt wél gelukkig. Sterker nog: volgens alle internationale onderzoeken zijn mensen met voldoende inkomen ook nog eens gezonder en ze leven langer. Zonder voldoende geld blijf je schipperen en leef je van probleem naar probleem. En daar word je minder gelukkig van. Dus, beste kapper, let op je knaken want je hebt ze nodig voor nu en ook voor later.

RENTABILITEIT

De basis van elk bedrijf is rentabiliteit. Dat betekent dat je minimaal de kosten moet terugverdienen plus reserves hebt voor moeilijke tijden en voor je oude dag. Om rendabel te kunnen zijn, heb je enige kennis van cijfers nodig.
Voor eerlijke kwaliteit mag je ook eerlijke tarieven vragen. Verder is het beheersen van de kosten belangrijk.

TARIEVEN

Er zijn een paar simpele waarheden waar je niet omheen kunt:
Bij lage tarieven heb je een strakke planning nodig en moet je veel klanten hebben om rendabel te zijn.
Bij hoge tarieven heb je minder klanten nodig maar klanten verwachten meer toegevoegde waarden en onderscheidend vermogen. Let op: je maakt hierdoor ook meer kosten.

De meeste kapsalons zitten met hun prijs ergens in het midden. Het middenkader staat onder druk want hier heb je veel concurrenten die op elkaar lijken. Je bent voor je klanten minder duidelijk zichtbaar.

Als het financiële fundament van je zaak niet op orde is, word je daar niet vrolijk van. En dat werkt weer ongunstig door op je creativiteit. Voor een prettiger leven, houd je aandacht gericht op je knaken, je hebt ze echt nodig.

♥-lijke groet, Wolfgang Peppmeier

Wolfgang Peppmeier is een begrip in de kappersbranche. Hij is hét gezicht van vakblad Tophair. Wolfgang rijdt door het land in zijn Peppmobiel en met zijn trainingen en Pepptalks heeft hij al heel wat ondernemende kappers geïnspireerd. In ANKO Kapperszaken zijn de laatste woorden van elke editie voor hem.

IN DE VOLGENDE EDITIE

Eind december valt de volgende editie van ANKO Kapperszaken bij je op de mat, helemaal in het teken van marketing!

EN NOG VEEL MEER....

HEB JE EEN TIP VOOR DE REDACTIE? MAIL DEZE DAN NAAR ANKOKAPPERSZAKEN@ANKO.NL

pune®

Met een eigentijds onkreukvrije inrichtingsmodule in PUNE® is meer mogelijk voor kleine ruimtes, kleine en gebogen. Compact en overzichtelijk, met een nieuwe manier van gelijkvormig samenstelling: alles is overzichtelijk door transparant en hygiënisch kleinig kunst. Voor de condensatoren op maat, alleen die.

Exclusief, onderscheidend én stijlvol.

[redacted]

[redacted]

[redacted]


LIQUIDS
KLEUR & GLANS
SNEL & MAKKELIJK
Even snel een beurtje, waar dan ook met deze fris hoogwaardige kwaliteit als L'ANZA Healing Color Liquids Demi Gloss - de ammonia-vrije en demi-permanente kleuraerosol - is de perfecte aanvulling op je kleurenbod. Met maar liefst 33 mooiste tinten kun je je klanten eenvoudig voorzien van een prachtige kleur, schitterende glans en gezond haar - en dat alles in minder dan 20 minuten zonder warmte. Mooi en verzorgd haar is de sleutel tot succes! Join the tribe: lanza.eu.
LANZA