

PASSIE VOOR HET KAPPERSAMBACHT IS HET HART VAN PROVALLIANCE

INTERVIEW MEREL VENNEMAN - CEO PROVALLIANCE NL



Merel is Algemeen Directeur van de Nederlandse tak van Provalliance, waar sinds mid 2018 de kappersketens Cosmo Hairstyling, Team Kappers, BrainWash en Yes! Salons onder vallen.

Ze licht een tipje van de sluier over de strategie en toekomstplannen van Provalliance NL en vertelt waarom ze voor deze branche heeft gekozen.

Zelf komt Merel uit een ondernemersgezin, haar vader had een drogisterij-parfumerie in Rotterdam. Als jong meisje was ze vaak te vinden in de winkel, waar ze leerde hoe klantrelaties ontstaan en wat werken in retail betekent. Daar kreeg ze de smaak te pakken van de beautybusiness. Ze ging econometrie studeren en behaalde haar MBA aan de Stanford Graduate School of Business. Merel was eerder al betrokken bij de integratie van BrainWash en Wave International en toen ze werd gevraagd voor deze functie, aarzelde ze geen moment.

Mooiste vak ter wereld

Merel: "Ik werd enorm door dit vak gegrepen, en vooral door de mensen. Kappers zijn zo gepassioneerd en mensgericht en als je bedenkt hoe ze iedere dag weer klaarstaan voor hun klanten om hen net dat beetje extra

zelfvertrouwen geven, ja, dat vind ik heel mooi. Bovendien zie ik het als een geweldige uitdaging om samen met een ervaren team impact te kunnen maken in deze branche.

Kenmerkend voor deze branche is dat er heel veel passie is voor het kappersambacht. Zoals Franck Provost (oprichter Provalliance Group, zie kader) het ook zo mooi verwoordt: "Het kappersvak is het mooiste vak ter wereld", en dat is precies hoe iedereen het ervaart. Dat komt volgens mij omdat er veel creativiteit aan te pas komt, het vak heel persoonlijk wordt beoefend - je komt als kapper heel dichtbij de klant doordat je aan het hoofd en haar mag zitten - en doordat de uiteindelijke drijfveer is dat kappers hun klanten een heel bijzonder gevoel willen meegeven. Hoe meer ik van de branche en het kappersambacht meemaak, hoe specialer ik het vak vind. Vooral in deze tijd is het echt uniek dat je zo lang 1 op 1 doorbrengt met je klant. Je kunt als kapper echt verschil maken."

Samenwerken in teamverband

Klanten hebben vaak geen idee wat het kappersvak allemaal omvat; de vaktechniek die komt kijken bij het ambacht, maar ook het werken in teamverband. Merel

"Het draait in dit vak allemaal om de kapper op de salonvloer."



vertelt: “Je doet dit vak als individu, maar juist ook met z’n allen in de salon. En bij een keten als de onze gaat dat nog een stap verder. Je werkt dan niet alleen in de salon als team, maar ook binnen je regio en samen met het hoofdkantoor. Zo bestaat er echt een team-spirit tussen vestigingen in een regio, en werken stylisten soms in andere salons als daar even een tekort is. En dan heb je functies als educatie, marketing en personeelszaken, waarvoor je samenwerkt met het hoofdkantoor. Die samenwerking, in combinatie met de passie voor het vak, vind ik heel typerend voor deze branche.”

Traditionele branche

De klant is door de jaren heen behoorlijk veranderd. Tegenwoordig verwacht een klant, beïnvloed door ervaringen in andere branches, meer service en gemak, terwijl tegelijkertijd ook een persoonlijke benadering op prijs wordt gesteld. Een kappersbezoek wordt gezien als een moment voor jezelf. In dit opzicht is het een vrij traditionele branche, waar de afgelopen jaren niet veel is geïnnoveerd.

Merel: “Daarom zie ik hier nog veel kansen liggen om nog beter te voldoen aan die veranderende klantwens en dat is ook een ambitie die wij hebben. Toen ik hier begon trof ik vier krachtige, heel verschillende kappersmerken aan, die samengebracht moesten worden onder één formulehuis. Maar wat ik ook merkte was dat van begin af aan heel veel enthousiasme én nieuwsgierigheid was over de samenwerking. Afgelopen jaar hebben we hier geweldige stappen in gezet en je ziet nu echt hoe twee bedrijven met elk hun eigen cultuur zijn samengesmolten tot één organisatie.

Er is een sfeer van gedeelde ambitie, een ‘can-do’ attitude en veel onderling vertrouwen. Ik kan nu al zeggen dat Provalliance NL een eigen cultuur heeft waarin het beste van twee werelden is opgenomen. De vier merken hebben elk een eigen DNA en unieke positionering. Die kunnen goed naast elkaar bestaan, en versterken elkaar zelfs. Dat gaan wij nog duidelijker vertellen aan de buitenwereld. Onze mix van eigen salons en franchise zorgt bovendien voor een goede balans in de dynamiek. Ik ben trots op ons team en wat we in het eerste jaar al bereikt hebben.”

Dezelfde taal

Provalliance Group is een familiebedrijf, Franck Provost had 43 jaar geleden een droom om een groot internationaal kappersbedrijf op te bouwen, waar alles draait om



de stylist en de salon. Merel: “Het is een heel bijzondere man, in iedere salon waar hij komt kent hij de stylisten bij naam. Zijn droom is ook echt werkelijkheid geworden en wat ik prettig vind aan de manier van werken van Provalliance, is dat Provost nog steeds een heel betrokken leider is.

“Ik zie nog veel kansen in deze branche om te voldoen aan de veranderende klantwens.”

Voor ons zijn ze echt een partner, omdat zij als geen ander begrijpen dat het in dit vak allemaal om de kapper op de salonvloer draait. Er is ongelooflijk veel expertise in huis op het gebied van onder andere educatie, vaktechniek, merkbeleving, product, ondernemerschap. De basis is dat we respect hebben voor het individu en de persoonlijke groei van onze mensen willen stimuleren. Uiteindelijk merk je dat iedereen in dit vak dezelfde taal spreekt, namelijk die van alle kappers, en dan vallen verschillen tussen Frankrijk en Nederland snel weg. Wij voelen echt de familieband met de Provalliance Group.”

DRIE VOORDELEN

Als we Merel vragen naar de voordelen van het werken bij een keten, noemt ze drie aspecten:

1. Persoonlijke groei

“Mensen staan op nummer één en daarmee bedoel ik dat wij groeimogelijkheden kunnen bieden voor ieder individu. Je kunt bij Provalliance NL heel goed je hele kappers carrière doorlopen, of je nu regiomanager wilt worden, of educator, of je eigen salon wilt hebben. En dat ook tussen onze vier formules. Hier gaan we de komende jaren nog sterker aan werken en denk dan aan duidelijke loopbaanpaden en toegespitste opleidingsprogramma's.”

2. Educatie

“Ten tweede kunnen wij de beste vaktechnische educatie en artistieke inspiratie bieden. We hebben baanbrekende creatieve trainingen vanuit Parijs gebracht voor onze kappers, en ook speciale knip-, kleur- en stylingstechnieken. Ook hebben we nu onze eigen academie, de Provacademy, waar we de komende tijd veel in gaan investeren. Zo hebben wij een fantastische nieuwe ruimte in Rotterdam-Centrum aangehuurd en daar zal straks een creatieve en innovatieve broedplaats komen die vanaf de straat heel zichtbaar zal zijn. Hier gaan we verder dan alleen de vaktechniek en onder andere ook trainingen geven in management en persoonlijke ontwikkeling.”

3. Innovatie

“En een derde voordeel dat wij kunnen bieden is innovatie. Als geen ander hebben wij de middelen om te investeren met allerlei digitale tools, zoals in het salon softwaresysteem Ease dat nog verder uitgebreid gaat worden. We hebben onlangs vier compleet nieuwe websites gelanceerd. En met slimme marketing willen we zorgen dat het klantcontact niet alleen binnen de salon plaatsvindt, maar ook daarbuiten. Dit helpt echt om de klantloyaliteit te vergroten en de salonproductiviteit te verbeteren. We zien dat ook af aan de resultaten die onze salons boeken.”

Groeiambitie

Het moge duidelijk zijn dat Provalliance NL wil groeien. Niet alleen organisch, maar ook door nieuwe salons te openen en andere partijen te binden als die kans zich voordoet. Hun streven is om het meest toonaangevende formulehuis van Nederland te worden met een onderscheidend portfolio van diverse merken.

Merel: “Wij willen de allerbeste plek zijn waar je in de Nederlandse kappersbranche kunt werken. Daarbij willen we onze klanten de ultieme beleving bieden, die perfect past binnen elke formule. En tenslotte willen wij het grootste en sterkste netwerk van winstgevende salons zijn. Uiteindelijk draait alles om de stylist en dat wij het beste team in de markt hebben. Daarom stellen wij onze medewerkers centraal in alles wat wij doen.” Het afgelopen jaar is hierin al veel voortgang geboekt. Merel ziet haar taak pas als volbracht als dat is neergezet.



FRANCK PROVOST IN HET KORT

Deze gepassioneerde Franse kapper begon samen met zijn vrouw in 1974 met één salon nabij Parijs. Inmiddels omvat het concern 17 merken, 2.600 salons en 30.000 stylisten in meer dan 35 landen over de hele wereld, waaronder nu ook Nederland. Het kan niet anders of Franck Provost is de ultieme inspiratie voor elke kapper. Hij was ooit wereldkampioen bij de internationale kapperswedstrijden en groeide uit tot een bekende sterrenkapper en slimme ondernemer die zijn familiebedrijf wist uit te breiden tot Europees marktleider met een omzet van meer dan 1,2 miljard euro.

www.groupe-provalliance.com



COSMO HAIRSTYLING

Cosmo Hairstyling bestaat al sinds 1986 en was voorheen onderdeel van Wave International. Er zijn 55 salons en ze bieden behandelingen in het hogere segment, onder het motto 'good hair speaks louder than words'. Op de website beloven ze:

'Cosmo gaat op elk vlak verder dan andere salons, we willen je de look geven die precies bij je past en heten je graag welkom bij ons in de salon met al onze fijne delichters! Want met meer dan 30 jaar ervaring bieden we gegarandeerd kwaliteit om jou een uniek haarplan aan te meten. Bij Cosmo werkt iedereen namelijk met passie en liefde voor het vak. Alle stylisten beschikken over de beste technieken dankzij de professionele trainingen van Provacademy. Dit is waarom Cosmo Hairstyling alleen de beste stylisten in dienst heeft.'



BRAINWASH

BrainWash wordt dit jaar 15 jaar. Met 175 salons door het hele land is BrainWash de grootste kappersketen in Nederland. Met de beste haarstylist voor een scherpe prijs is BrainWash een unieke kappersformule. Op de website beloven ze:

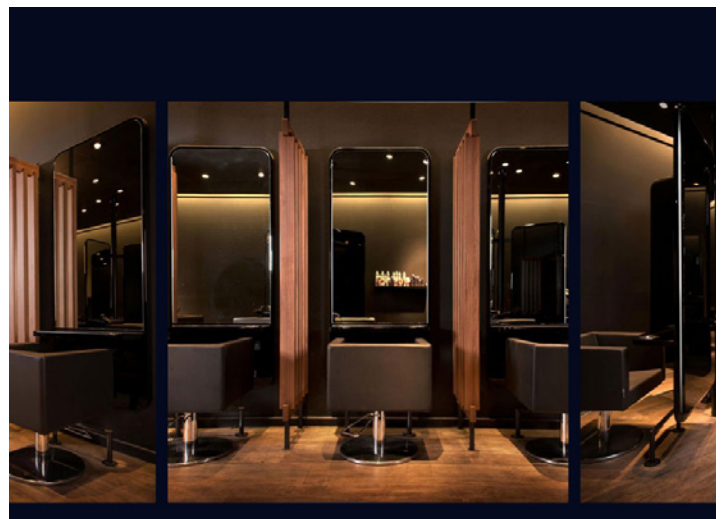
'Bij BrainWash vind je als klant gemak, wanneer je wilt, waar je wilt, en zonder afspraak. Eerlijke prijzen zonder verrassingen, met aantrekkelijke all-in pakketten. Een sterke prijs-kwaliteit verhouding met service gefocust op de essentie. Door gekwalificeerde kappers die zijn opgeleid door vakexperts. En in een welkome, informele en toegankelijke omgeving, met een goed advies zonder poespas.'



TEAM KAPPERS

Team Kappers bestaat ruim 20 jaar, heeft ruim 75 salons en was voorheen onderdeel van Wave International. Ze bieden snelle behandelingen tegen aantrekkelijke prijzen en werken zonder afspraak, met een handige sms-service. Op de website beloven ze:

'Team Kappers onderscheidt zich door het knippen zonder afspraak en het heldere concept. We knippen, kleuren en stylen voor aantrekkelijke prijzen, zodat je er altijd goed uit kunt zien. De behandeling is snel, maar met een buitengewoon goede beleving en kwaliteit. Daarnaast vinden we het erg belangrijk dat je bij ons thuis voelt en dat je altijd tevreden de salon weer verlaat.'



YES!

Yes! bestaat sinds 2015, maakte een doorstart als onderdeel van Provalliance, en heeft ruim 30 salons. Ze kenmerken zich door hun 'affordable luxury' concept, of zoals ze op de website beloven:

'De kapperszaak die jou compleet in de watten legt. Of je nu student bent, net begonnen bent met werken of in een latere levensfase zit; Yes! is er voor je. Yes! gelooft dat de begrippen kwaliteit, luxe, chique en stijlvol hand in hand kunnen gaan met de begrippen trendy, rauw, fashion en uniek. Yes! helpt je jouw identiteit te laten stralen. Zo uniek als je bent; zo uniek moet je blijven. Want laten we eerlijk zijn; iedereen verdient het om zichzelf te kunnen zijn toch? Dat is Yes!: proud to be me.'