

Formulehuis Provalliance Nederland

TOONAANGEVEND IN DE NEDERLANDSE KAPPERSMARKT



IN MEI 2018 GINGEN BRAINWASH EN WAVE INTERNATIONAL, HET NEDERLANDSE MOEDERBEDRIJF VAN COSMO HAIRSTYLING EN TEAM KAPPERS, EEN JOINT VENTURE AAN, WAARMEE PROVALLIANCE NEDERLAND ONTSTOND. PROVALLIANCE NEDERLAND IS ONDERDEEL VAN DE FRANSE PROVALLIANCE GROUP, EEN FAMILIEBEDRIJF DAT IS OPGERICHT DOOR KAPPER FRANCK PROVOST, EN IS HET GROOTSTE KAPPERSBEDRIJF VAN EUROPA. DOOR DE FUSIE ONTSTAAT IN NEDERLAND EEN NETWERK VAN 375 EIGEN EN FRANCHISE HAARSALONS EN 2600 MEDEWERKERS. DE REDACTIE VAN VAKTIJDSCHRIFT DE KAPPER SPRAK MET ALGEMEEN DIRECTEUR MEREL VENNEMAN EN OPERATIONEEL DIRECTEUR THALITHA KANTERS OVER DE ONTWIKKELINGEN IN DE AFGELOPEN MAANDEN EN DE TOEKOMSTPLANNEN VAN PROVALLIANCE NEDERLAND.

Provalliance Nederland wordt geleid door een nieuw managementteam. Thalitha Kanters was voorheen werkzaam bij Wave International als operationeel directeur en vervult deze functie nu ook binnen Provalliance Nederland. Haar liefde voor het kappersvak begon al vroeg. “Ik ben 22 jaar geleden begonnen als junior kapper en heb me steeds verder ontwikkeld in mijn ondernemerschap. Uiteindelijk ben ik doorgesloopt tot operationeel directeur.”

Merel Venneman is daarentegen niet eerder werkzaam geweest binnen de kappersbranche, maar de liefde voor dit vakgebied is er altijd al geweest. “Mijn vader had vroeger een drogisterij in Rotterdam, dus ik ben opgegroeid in een ondernemersgezin en mijn affiniteit met de beautybranche is er met de paplepel ingegoten. Ik ben 20 jaar werkzaam geweest als adviseur bij grote retail en consumer goods bedrijven, met een focus op commerciële verbeteringstrajecten.” Met haar overstap naar Provalliance Nederland ging Merel terug naar haar ‘roots’. Ze vertelt: “Sinds afgelopen zomer werk ik voor Provalliance Nederland en ik kan wel stellen dat ik verliefd ben geworden op het ambacht en de mensen binnen dit bedrijf. De grote kansen om door te groeien en de markt verder te professionaliseren, met Provalliance Group als moederbedrijf, vind ik heel aantrekkelijk.”

STERK FORMULEHUIS

Door de fusie vallen de merken Cosmo Hairstyling, TEAM Kappers, BrainWash en Yes! onder één dak. Vier totaal verschillende formules die elkaar binnen Provalliance Nederland perfect aanvullen, volgens Thalitha. “Cosmo Hairstyling is al meer dan dertig jaar actief in Nederland en was het eerste ketenbedrijf van Nederland. De kappersmarkt was voorheen vrijwel volledig gefragmenteerd. Cosmo Hairstyling durfde toentertijd innovatief te zijn, een kernwaarde waar het merk vandaag de dag nog steeds aan vasthoudt. TEAM Kappers, het kleine zusje van Cosmo, bestaat inmiddels ook al ruim twintig jaar en is op dit moment de snelst groeiende formule. TEAM Kappers is een toegankelijk merk waar een no-nonsense filosofie wordt gehanteerd.”



Merel Venneman



Thalitha Kanters

BrainWash richt zich op de mensen die houden van gemak en voor een goed bedrag geknipt willen worden. Thalitha legt uit: “Toen het slecht ging met de economie vond men dat het tijd werd voor een nieuwe formule. Zo is BrainWash acht jaar geleden ontstaan. Het merk werd gepositioneerd als low-budget en dat sloeg in die tijd goed aan. BrainWash groeide enorm snel en is nu nog steeds de grootste formule met ruim 180 salons.” Yes! is drie jaar geleden opgericht en vormt daarmee de jongste formule binnen Provalliance Nederland. Volgens Merel zijn er dan ook nog volop groeimogelijkheden voor deze formule. “Doordat Yes! nog niet zo groot is, zien we het als een merk waarmee we iets nieuws op de markt kunnen zetten. We willen met Yes! jonge meiden aanspreken die zoeken naar iets creatiefs voor een betaalbare prijs”, zegt Merel.

Kortom, een combinatie van franchise en eigen salons en vier verschillende merken die uitstekend naast elkaar kunnen bestaan. Merel verduidelijkt: “We willen de huidige merkidentiteit van de verschillende merken behouden en versterken. Ieder merk richt zich op een andere doelgroep met een eigen propositie voor de klant, waardoor ze geen concurrenten van elkaar zijn maar elkaar juist aanvullen in de markt.”

DE KAPPERSBRANCHE ‘OPSCHUDDEN’

In de kappersbranche is het ongebruikelijk om te fuseren, in tegenstelling tot andere branches. Thalitha verduidelijkt: “Het is kapperseigen om als individu te opereren en anderen te zien als bedreiging. Wij willen die trend doorbreken. Ons formulehuis is daar een uitstekend voorbeeld van.” Merel vult aan: “Als je samenwerkt versterk je elkaar en kun je doorgroeien als kapper, als salon, als merk, en als organisatie. En dat is wat iedereen wil, toch? Dat wij het lief hebben om te fuseren in deze branche, maakt mij ontzettend trots. Daarnaast merk ik dat dit echt heel veel energie brengt binnen ons bedrijf.”

INVESTEREN IN PERSOONLIJKE GROEI

Er zijn veel redenen waarom het voor kappers aantrekkelijk is om tot Provalliance Nederland te behoren. Een belangrijke reden is de mogelijkheid om als individu door te groeien. Thalitha vertelt: “De talenten die bij ons binnenstromen kunnen niet alleen een mooie reis maken binnen verschillende merken, maar ook binnen verschillende functies. Daarmee trekken we niet alleen nieuw talent aan, maar bieden we onze huidige werknemers ook een uitdagende werkomgeving.” Educatie is een heel belangrijke verbindende factor binnen de Provalliance Nederland familie. Merel: “We bieden naast een breed scala aan vaktechnische educatie ook educatie op het gebied van bedrijfsvoering, management, marketing, en andere vlakken. Educatie is echt het hart van ons bedrijf.”

Provalliance Nederland focust niet alleen op persoonlijke groei van de werknemers, maar ook op de commerciële groei van de salons. Merel legt uit: “Doordat we een groot bedrijf zijn, beschikken we over de middelen om te investeren in onder andere educatie, marketing, digitalisering, administratie, en management. Wij faciliteren verschillende diensten om kappers te ontzorgen op al deze vlakken. De salon wordt daar alleen maar beter van. Dat maakt ons een interessante partij om bij aan te sluiten.”

BETROKKENHEID

Dat Provalliance Nederland de grootste kappersketen van Nederland is, wil absoluut niet zeggen dat hun salons of mensen ‘een nummer’ zijn. “Ons visie en overtuiging is om ten alle tijden de kapper centraal te stellen. Wij hopen dat zij zich verbonden voelen met onze formules en wij willen hen inspireren.

“WIJ GELOVEN
DAT COMMERCIEEL
RESULTAAT
VOORTKOMT UIT
DE INVESTERING
IN MENSEN”

Daarnaast willen wij ondernemerschap stimuleren. De salon is uiteindelijk de plek waar elke dag de ‘magie’ plaatsvindt. Daarom investeren we veel in onze huidige mensen en nieuwe talenten”, stelt Merel.

Die overtuiging uit zich onder andere in het organiseren van bijeenkomsten voor de salonmanagers, franchisenemers en stylisten van de vier verschillende formules. Thalitha vertelt: “We nodigen regelmatig salonmanagers en franchisenemers uit op ons kantoor in Rotterdam. We vragen aan hen welke ideeën en verbeterpunten zij hebben. Betrokkenheid met alle mensen die onderdeel zijn van Provalliance Nederland is voor ons ontzettend belangrijk. Natuurlijk zijn we een commercieel bedrijf en gaat het om resultaat. Maar wij geloven dat commercieel resultaat voortkomt uit de investering in mensen.”

TOEKOMST

Ondanks dat Provalliance Nederland de grootste partij in de kappersbranche van de Benelux is, heeft de organisatie de ambitie om verder door te groeien en nog meer toonaangevend te worden. “We willen het aantal franchise en eigen salons vergroten. Daarnaast hebben we de ambitie om ook ons formulehuis uit te breiden. Daarbij is het van belang dat, ongeacht de grootte van het bedrijf, iedereen zijn of haar eigen persoonlijkheid en betrokkenheid blijft behouden. Dat zit bij ons in het DNA en daar ligt de kracht van Provalliance Nederland. Dat maakt ons uniek”, vertelt Merel tot slot.

Meer informatie: Provalliance Nederland B.V.
Tel. 010-2845100 | www.cosmohairstyling.com
www.teamkappers.nl | www.brainwash-kappers.nl
www.yes-salons.com