

KLEUR & STIJL

Losse verkoopprijs € 17,95

VAKBLAD VOOR DE IMAGE PROFESSIONAL | MODESTYLIST | PERSONAL SHOPPER

INTERVIEW: NELLEKE MULDER
EN ZABETH VAN VEEN OVER HUN
NICHE

5 TIPS VOOR EEN ONDERSCHIEDENDE
WEBSITE

UITGESPROKEN GEEL

OVERTUIGEN MET
KLEDING

ZOMER

55

TRENDS | MODE |
STOFFEN | KLEUREN

TWEE IMAGE EXPERTS EN HUN NICHE

Als je start als ondernemer is het belangrijk te weten waar je expertise en waar je onderscheidend vermogen ligt. Natuurlijk zal hetgeen je aanbiedt overeenkomsten vertonen met de producten van andere image professionals. Maar hoe zorg je voor het juiste product zodat je bedrijf succesvol wordt?

We zijn in gesprek met Nelleke Mulder van Nelleke Mulder Imago Groep en Zabeth van Veen van ImagoMatch, die ieder hun eigen weg hebben bewandeld en nu een succesvol bedrijf hebben. Welke overeenkomsten en welke verschillen zijn er en wat heeft bijgedragen aan hun bedrijfsimago om te komen waar ze nu staan? Dat ze elkaar nog kennen van hun televisie optreden bij Catherine Keyl, dertien jaar geleden, zorgt direct voor een relaxte sfeer en worden verhalen opgehaald.

Roots

Nelleke komt uit het hoge Noorden en vertelt no nonsense waar het op staat, met een luide en expressieve stem. Zabeth haar stem heeft een licht Limburgs accent, zij kiest haar woorden zorgvuldig, met een vleugje humor. Nelleke verwoordt het als volgt: “Zabeth komt over als een ‘dure’ dame, terwijl ik meer one of the guys ben.” Zabeth schiet in de lach en zegt “Dat klopt, mensen die mij niet kennen, stappen niet gemakkelijk op mij af. Als klassiek stijltype houd ik van kwaliteit. Inherent aan dit stijltype is een tikkeltje arrogante afstandelijke uitstraling; ik had die uitstraling al toen ik 14 was, hahaha.” Nelleke: “Jouw uitstraling past bij je bedrijfsimago en de mensen die je begeleidt. Mijn basis ligt in de farmaceutische industrie, een hele andere wereld! Na mijn opleiding als diëtiste ging ik al heel snel als artsbezoeker aan de slag. Daar ontdekte ik dat gedrag en uitstraling een belangrijk onderdeel zijn van de gunfactor. Na de geboorte van mijn kinderen besloot ik het roer om te gooien en ben ik gestart (1993) met het geven van kleuranalyses. Eerst op zolder, toen in de bijkeuken, de kerk en bejaardentehuizen,

ik had diverse kleine locaties van waaruit ik werkte. Totdat ik besepte dat de uitstraling van de locaties niet meer paste bij de kwaliteit van de analyses. De tijd was aangebroken voor een eigen pand en sindsdien zitten we in het mooie pand in Sneek. Door dit bedrijfspand kon ik mijn bedrijf uitbreiden en onderverdelen in drie pijlers: particulier, zakelijk en opleiding. Toen ik in 2009 ook nog zakenvrouw werd van het Noorden, nam mijn bedrijf echt een vlucht. Hoe is dat bij jou gegaan Zabeth?” “Ik heb tien jaar in het onderwijs gewerkt o.a. als directeur van een basisschool, zodoende heb ik sterke affiniteit met het ontwikkelproces van mensen, wil ik het beste uit de mens halen en plezier beleven aan kennisoverdracht. Daarna ben ik bij een internetbedrijf gaan werken, eerst op de educatieve markt en later in de communicatiesector. Hier heb ik de eerste websites online gebracht van Scapino en Lekker.nl. Ik heb geleerd hoe je je als bedrijf online kunt profileren. Deze ervaring gebruik ik nog steeds bij de online presentatie van mensen. Bij mijn volgende job als accountdirector bij de Brouwergroep heb ik me gespecialiseerd in on- en offline communicatie. Door mijn onderwijs- en saleservaring te combineren met mijn opleiding voor image consultant, ging het mij gemakkelijk af klanten binnen te halen. Binnen no time had ik werk bij aansprekende klanten zoals PricewaterhouseCoopers. Doordat dit soort grote bedrijven ook in Amerika zijn gevestigd, hoefde ik niet uit te leggen hoe belangrijk imago is. Ik coach mensen die op zoek zijn naar een andere baan tot leden van raden van bestuur. Mijn klanten werken bijvoorbeeld bij de Erasmus Universiteit en Strukton. Daarnaast geef ik presentaties, trainingen en



ben ik key note speaker op congressen. Ik heb in ieder geval afgerekend met de vooroordelen uit mijn omgeving dat in dit vak geen geld te verdienen is.

Overeenkomst versus verschil

Mooi te horen dat zowel Zabeth als Nelleke eerst andere werkervaring hebben opgedaan, voordat ze hun bedrijf startten. Een andere overeenkomst is dat ze zich beiden met hun bedrijf richten op 'de eerste indruk' en allebei kostwinner zijn. Zabeth staat ingeschreven als zelfstandig ondernemer en Nelleke heeft voor een BV als bedrijfsvorm gekozen. Nelleke haakt daarop in en zegt "In de hoogtijdagen had ik wel vijftien medewerkers op de payroll staan. Doordat de vraag uit de markt veranderde en door veranderingen binnen mijn bedrijf heb ik sinds 2019 nog één vaste administratieve kracht en werk ik samen met de beste kandidaten die mijn opleidingen hebben afgerond. Zij werken volgens mijn methodiek waardoor mijn kwaliteitsnorm wordt gewaarborgd en het werken met zzp'ers zorgt voor flexibiliteit. Daarnaast geef ik zelf opleidingen in het land aan retailers uit verschillende branches." Haar stem klinkt enthousiast als ze vertelt over hoe zij winkelmedewerkers traint bij modezaken, schoenwinkels, opticiens en juweliers. "Ik word altijd ongelooflijk blij als medewerkers na een trainingstraject aan een klant kunnen uitleggen waarom die halslijn of schoenvorm, dat montuur of juweel goed passen bij die specifieke klant. Het verhoogt niet alleen hun expertstatus, maar zorgt ook voor klantenbinding. Ik zeg altijd het 'feestje moet boven zitten', zodat mensen naar het gezicht worden togetrokken." "Jij bent echt een motivator," zegt Zabeth. "Dat hoor je aan je stem en zie je aan de energie die je uitstraalt. Jij weet mensen te stimuleren. Ik krijg het niet voor elkaar bij de winkeliers: MKB en ik zijn geen match! Ik ben beter in het coachen van mensen die een volgende stap in hun carrière willen maken. Met de enneagram methode heb ik door het stellen van vragen binnen drie uur inzicht in de drijfveren en het gedrag van de persoon. Vanuit dat inzicht gaan we bouwen aan de gewenste profilering. Ik huur mediatrainers,

presentatietrainers en journalisten in om samen een training te geven, waarbij ieder z'n rol pakt. Deze samenwerking zorgt voor een verdieping van mijn aanbod en de kieselsteen wordt de parel die hij/zij eigenlijk al is. Iedereen verdient het gezien te worden." Geweldig te horen hoe beide ondernemers hun passie uitvoeren en toch zo verschillend zijn en hoe ze op hun eigen authentieke manier invulling aan hun werk geven.

Crisis

We ontkomen er niet aan over de coronacrisis te praten, want ten tijde van dit interview zitten we er nog middenin. Hoe

Zabeth:
"Iedereen verdient het gezien te worden"

komen deze twee 'door de wol geverfde' ondernemers hier doorheen? Eerlijk beamen ze beiden dat hun werk volledig stil is gevallen. Zabeth: "Ik deed al bepaalde onderdelen van mijn advies online en kijk nu wat ik nog meer kan doen. Mijn man Jan is bijvoorbeeld al jaren distributeur voor Nu Skin Enterprises, een organisatie met als missie 'gezond ouder worden'. Zij verkopen producten die o.a. bijdragen aan een betere weerstand van het immuunsysteem en verbetering van je huid. Ik zie daarin hele mooie parallellen met wat ik doe. Het legt nog meer de verbinding van je goed voelen van ▶



Nelleke:
“Ga
ondernemen
als **een**
man”

Zabeth:
“**Het** is **leuk**
als je **vak** je
hobby is,
maar het **is**
geen
hobby”



Nelleke: “Ga door, stop niet bij een tegenslag, geloof in jezelf”

binnen en dat uitstralen aan de buitenkant. Met het affiliate karakter van Nu Skin Enterprises verdien je geld van iedere verkoop en alles gebeurt online. Zeker in deze tijd is het fijn als je verkoop hebt zodat omzet wordt gegeneerd. Voor de toekomst verwacht ik een meer holistische invloed op ons vak en kan ik de verkoop en advies van deze producten goed combineren met coachen en trainen, zowel on- als offline. Ook overweeg ik de Eye Movement Desensitization and Reprocessing (EMDR) opleiding te volgen. Een klantgerichte behandelmethodede voor trauma gerelateerde angstklachten. Als ondernemer ben je, als het goed is, altijd op zoek naar nieuwe mogelijkheden.” “Ja,” zegt Nelleke stellig “de grootste fout is nu stil te zitten. Ondernemen is vallen en opstaan, maar vooral doorgaan!” Met een heimelijke glimlach zegt ze “Ik geniet eigenlijk ook wel van de (tijdelijke) rust die COVID-19 brengt. In de ochtend werken en in de middag lekker varen met de boot of de tuin in. Natuurlijk kijk ik om me heen welke mogelijkheden er zijn en hanteer het motto: bedenk waar je invloed op hebt en laat los waar je niets mee kunt. Ik heb kort geleden mijn eerste webinar gegeven, ik vond het harstikke spannend. Toen ik na afloop de retail ondernemer aan de lijn had, zei hij: “Wat heb jij met mijn meiden gedaan? Ze zijn zo enthousiast en geïnspireerd”. Toen wist ik dat ik deze hobbel ook weer had overwonnen, hahaha. Door nu online contact te hebben met winkelmedewerkers help ik ze met informatie over hoe zij binnen die ‘anderhalve meter economie’ klanten toch goed kunnen helpen en adviseren. Dat doe ik om contact te houden met

mijn klanten en omdat ik me verantwoordelijk voel voor de retailers en hun personeel. Ik ben er nu voor ze en hoop dat, zodra de economie weer gunstig is, het werk weer aantrekt. Ik verwacht dat straks na de crisis veel mensen op zoek zijn naar een baan en wellicht moet ik mijn bedrijfsstrategie meer op re-integratie gaan richten. Ik blijf ondernemer al word ik negentig, maar ik ben wel aan het onderzoeken wat kan en ga ik anders doen. Ik heb de laatste tijd ook veel webinars gevolgd, dat werkt altijd weer inspirerend en zet aan tot nadenken.”

Uit bovenstaande blijkt wel dat flexibiliteit en het denken in kansen als ondernemer belangrijke kwaliteiten zijn om het hoofd boven water te houden. De vraag welke tips zij nog meer hebben, is nog niet gesteld of beiden barsten los. “Neem jezelf serieus en wees niet zo bescheiden, ga ondernemen als een man” zegt Nelleke. “Ga van start in plaats van alles eerst tot in de puntjes te regelen. Doe geen pilot; jij weet toch dat je het kan!” “Practice what you preach,” vult Zabeth aan “Wees trots op je vak, het is leuk als je vak je hobby is, maar het is geen hobby. Vraag niet te lage prijzen, je maakt jezelf niet geloofwaardig en je doet collega’s tekort. Door de lage prijssegmentatie is het voor de collega die wel een hoog tarief wil vragen veel lastiger. Maak gebruik van je achtergrond en ervaring en vind zo je niche. Wees de expert en zorg dat mensen je daardoor ook weten te vinden. Zorg dat de totale uitstraling van je bedrijf en die van jezelf klopt met je doelgroep, zowel on- als offline.” &