

JONGE ZAKENVROUWEN

Gebrek aan ambitie kan ze niet verweten worden. Gebrek aan gedrevenheid evenmin. Nanda Khemai (27) en Cléophée van Wigcheren (27) begonnen vijf jaar geleden een eigen salon en een importeursbedrijf in Den Haag. "We hebben ons waar moeten maken."

Ze kennen elkaar nog van de opleiding op het ID College in Leiden en wilden graag samen een bedrijf opzetten. Het klikte en ze deelden dezelfde ambities. Het begon met een gezamenlijk instituut 'Nanda & Cléophée Huidverzorgingspraktijk' in Scheveningen, maar al spoedig bleek dat ze meer wilden. Dat werd importeursbedrijf Cosmevision.

Gamma

Via een cosmeticaproductent in België werden ze Nederlands importeur van Minceur 2011, een lijn van lichaamverzorgende producten die ook in kleine instituten zonder douche gebruikt kunnen worden. De producten en lichaamspakkingen zijn op basis van essentiële oliën en worden verkocht aan huidverzorging-

"Ondernemen is leuk en spannend!"

stituten, sportscholen en afslankstudio's. Daarnaast importeren ze ook het merk Ophyto, een klassieke huidverzorgingslijn die gecombineerd wordt met manuele behandeltechnieken zoals lymfedrainage en acupressuur. Bij deze lijn staan ontspanning van de klant centraal.

Vooral de combinatie van een instituut met een importeursbedrijf spreekt hen aan. Nanda: "Je kunt vanuit de praktijk meedenken met je klanten. Omdat we zelf op de werkvloer staan, hebben we de vakkennis in huis die nodig is om onze depositairs goed te kunnen ondersteunen. Dat is een voordeel."

2B

Omdat Nanda en Cléophée in hun instituut veel probleemhuiden zagen, vroegen ze hun producent of hij daar niet iets voor kon ontwikkelen. Hij bleek op dat moment plannen te hebben voor een biopeeling. "Vanuit onze praktijkervaring in het instituut hebben we hem geholpen met het ontwikkelen van dit product: de 2B BioPeeling, een biologische dieptepeeling op basis van kruiden. Aanvullend op dit product is



Huidverzorgingspraktijk
Nanda & Cléophée in
Scheveningen



Nanda Khemai en
Cléophée Wigcheren

de 2B huidverzorgingslijn ontwikkeld, met vijftien producten. De productlijn is compact en aanvullend, en kan dus makkelijk naast een ander lijn gevoerd worden", aldus Cléophée.

Nieuw in het gamma van Cosmevision is de 2B Bright Light, een ipl-apparaat voor ontharen en huidverjonging dat gekocht of gehuurd kan worden. "We hebben recent een eigen technische dienst opgezet om onze klanten goede service te kunnen verlenen bij dit apparaat."

Internationaal

Ze werken allebei nog steeds in het instituut, ieder met zijn eigen klantenkring. "Dat selecteert zich vanzelf zo uit", zegt Cléophée. "Onze doelstelling was om eerst het instituut goed op poten te zetten. Nu willen we ons meer richten op de merken en onze depositairs. We hebben een fulltime medewerkster aangenomen die behandelingen van ons overneemt zodat we meer tijd hebben voor Cosmevision. We willen meer naar de schoonheidsspecialisten toe en trainingen ter plaatse geven als daar behoefte aan is." Het merk 2B wordt in twintig landen gebruikt door

schoonheidsspecialisten. Nanda en Cléophée geven regelmatig trainingen in het buitenland. Nanda: "We vliegen naar Griekenland, Spanje en binnenkort ook Moskou om de vertegenwoordigers van 2B en Minceur 2011 daar op te leiden. Dat doen we om en om. Sinds kort doen we zelf de vertegenwoordiging op Aruba voor deze merken. Later willen we daar ook Ophyto introduceren."

Spannend

Het ondernemen is iets wat ze beiden heel spannend vinden. "Dat moet ook wel, anders begin je niet aan een groothandel en een instituut", zegt Cléophée. "We maken lange dagen, maar zijn heel trots op wat we hebben bereikt. Dat proberen we ook over te brengen op onze klanten. Je moet exact weten wat er gaande is in je bedrijf, je moet je verdiepen in de boekhouding en de administratie. Die combinatie maakt het werk juist zo boeiend. Veel schoonheidsspecialisten durven helaas niet echt te ondernemen, te groeien en te investeren. Dan blijf je stil staan."

Vijf jaar later plukken ze de vruchten van hun inzet. "We hebben in het begin moeten knokken voor erkenning", vertelt Nanda. "Kennelijk hebben we beiden een grote bewijsdrang. Het is zeker niet makkelijk geweest om als jonge ondernemers voet aan de grond te krijgen met een eigen bedrijf. Mensen nemen je niet altijd serieus. We hebben ons waar moeten maken."