

JONGE ZAKEN VROUWEN

Cosmevision

Gebrek aan ambitie kan ze niet verweten worden. Gebrek aan gedrevenheid evenmin. Nanda Khemai (27) en Cléophee van Wigcharen (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 & Cléophee Huidverzorgingspraktijk' in Scheveningen, maar al spoedig bleek dat ze meer wilden. Dat werd importeursbedrijf Cosmevision.

Gamma

Via een cosmetica- producent in België werden ze Nederlands importeur van Minceur 2011, een lijn van lichaamsverzorgende producten die ook in kleine instituten zonder douche gebruikt kunnen worden. De producten en lichaams- pakken zijn op basis van essentiële oliën en worden verkocht aan huidverzorgingsin-



Huidverzorgingspraktijk
Nanda & Cléophee in
Scheveningen



Nanda Khemai en
Cléophee van Wigcharen

"Ondernemen is leuk en spannend!"

stituten, sportscholen en afslankstudio's. Daarnaast importeren ze ook het merk Ophyo, een klassieke huidverzorgingslijn die gecombineerd wordt met manuele behandelstechnieken zoals lymfedrainage en acupunctuur. 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 vakknis in huis die nodig is om onze depositairs goed te kunnen ondersteunen. Dat is een voordeel."

28

Omdat Nanda en Cléophee 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 biopeling. "Vanuit onze praktijkervaring in het instituut hebben we hem geholpen met het ontwikkelen van dit product: de 28 BioPeeling, een biologische diepsteepeling op basis van kruiden. Aanvullend op dit product is

de 28 huidverzorgingslijn ontwikkeld, met vijftien producten. De productlijn is compact en aanvullend, en kan dus makkelijk naast een ander lijn gevoerd worden", aldus Cléophee.

Nieuw in het gamma van Cosmevision is de 28 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 Cléophee. "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 aangeworven 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 28 wordt in twintig landen gebruikt door

schoonheidsspecialisten. Nanda en Cléophee geven regelmatig trainingen in het buitenland. Nanda: "We vliegen naar Griekenland, Spanje en binnenkort ook Moskou om de vertegenwoordigers van 28 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 Ophyo introduceren."

Spannend

Het ondernemen is iets wat ze beiden heel spannend vinden. "Dat moet ook wel, anders begin je niet aan een grootbedrijf en een instituut", zegt Cléophee. "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 bewijisdrang. 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."