

IN DEZE COLUMN VERTELT EEN EXPERT OF AMBASSADEUR VAN L'ORÉAL PROFESSIONELE PRODUCTEN HOE ONTWIKKELINGEN IN DE HAARINDUSTRIE WORDEN VERTAALD NAAR PRODUCTEN, SERVICES EN RETAILCONCEPTEN WAAR DE KAPPER WAT AAN HEEFT.



*Rosita Klaver, New Channel Manager
Professional Products L'Oréal:*

“Creëer omzet met een snel te bouwen webshop”

“Met Shopitag zet je een stap vooruit in de professionalisering van je bedrijf”

JUDITH ASSINK,
ASSINK PURE IDENTITY,
[@assinkpureidentity](https://www.instagram.com/assinkpureidentity)

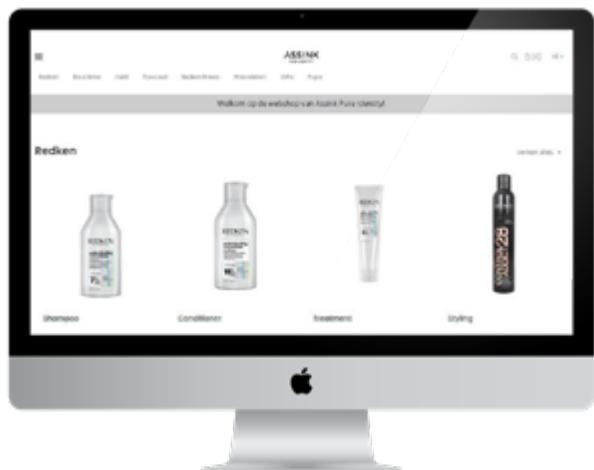
Het consumentengedrag heeft – dankzij de coronacrisis – online een sprint afgelegd. En dat online winkelen lijkt een blijvertje. De meerderheid van de consumenten verwacht na de coronacrisis even vaak of zelfs vaker online aankopen te doen als nu. E-commerce is dus booming business. Dit is dan ook hét moment om een webshop te starten.

Om saloneigenaren daarin te helpen en te ondersteunen, zijn wij een samenwerking met Shopitag aangegaan. Een tool waarmee op een makkelijke manier én in weinig tijd een webshop gebouwd kan worden. Vanuit het platform kunnen kappers de producten die zij in de salon verkopen aanklikken en uploaden in de eigen webshop. Daarnaast zijn ook alle visuals en omschrijvingen al ingeladen, dus dat scheelt veel tijd bij het opmaken van de webshop.

Het mooie is dat nieuwe producten ook direct in de catalogus van Shopitag staan, waardoor de webshop in een mum van tijd compleet en up-to-date is. Bovendien zijn – naast de merken uit de Professionele Divisie van L'Oréal – ook andere merken in de webshop te uploaden. Daardoor kunnen saloneigenaren het gehele assortiment dat ze voeren online verkopen.

Het maken van een eigen webshop kost met Shopitag dus weinig tijd, maar ik wil toch benadrukken dat saloneigenaren zich er wel bewust van moeten zijn dat het onderhouden van een webshop tijd vergt. Alleen door tijd te investeren, kan er echt omzet gegenereerd worden. Zo is het belangrijk om iemand binnen de salon verantwoordelijk te maken voor het onderhoud. Geef diegene een aantal uren per week om ermee bezig te zijn. Daarmee blijft de webshop levendig, relevant en actueel.

Vanuit de webshop kun je niet alleen producten verkopen, maar ook advies geven. Daarnaast kun je ervoor zorgen dat geïnteresseerden via social media, zoals Instagram en Facebook, naar de webshop gaan. Juist die kruisbestuiving met social media is zo ontzettend belangrijk. Het draait echt om de mix. Ik ben ervan overtuigd dat kappers enorm veel uit hun webshop kunnen halen. Je verkoopt als kapper namelijk meer dan alleen producten. Zo kun je leuke acties lanceren, cadeaubonnen promoten en mooie boxen samenstellen met een combinatie van producten en behandelingen in de salon.



Rosita Klaver