Van basis tot verdieping: visie op bijscholing

Tekst: Birgitta van der Linden, Foto's: Jan: Selina van Selwanders Photography

Jan Desair is de drijvende kracht achter The Skin Corner in Hasselt, België. Hij heeft een duidelijke visie op bijscholing, verdieping en professionele ontwikkeling. Voor hem staat een brede, merkonafhankelijke basis centraal, aangevuld met trainingen bij merken en leveranciers die passie bij zijn eigen visie en koers.

Met The Skin Corner richt Jan zich volledig op gezichtsbehandelingen. Hij is opgeleid als marketeer en liep stage bij een groothandel in cosmetica, waar hij in contact kwam met veel schoonheidsspecialisten. "Dat bracht het balletje aan het rollen. Ik was toen 21 jaar, nu 36. Mijn droom is werkelijkheid geworden."

Brede basis

Op het gebied van bijscholing en professionele ontwikkeling staat voor Jan een brede, merkonafhankelijke basis centraal. "Omdat merkonafhankelijke trainingen zorgen voor een goede en evenwichtige basis," legt hij uit. "Ik heb altijd ervaren dat als je een eigen visie hebt, het veel makkelijker wordt om een keuze te maken in het ruime aanbod van merken en leveranciers om mee samen te werken." Voor Jan draait het erom dat een schoonheidsspecialist niet slechts producten verkoopt, maar een verhaal en visie heeft die klanten aanspreekt en bindt. "Door een eigen visie te ontwikkelen en van daaruit te handelen, kun je je boodschap veel krachtiger naar je klant brengen. Daardoor komen klanten voor jou en je advies, en minder voor het product of merk."

Theorie koppelen aan praktijk

Jan benadrukt dat veel basisopleidingen, hoe goed ook, niet altijd aansluiten bij de praktijk. "In mijn basisopleiding schoonheidszorg leerde ik over de huid en de verschillende eigenschappen, maar niemand legde uit waarom die kennis belangrijk is of hoe je die koppelt aan de praktijk.

'Door een eigen visie te ontwikkelen en van daaruit te handelen, kun je je boodschap veel krachtiger naar je klant brengen'

Bijvoorbeeld: je ziet een droge of geïrriteerde huid, maar waar gaat het mis en hoe kun je daar positief op inspelen? Dat zat niet in mijn basisopleiding. Toen ik daarna merkspecifieke trainingen ging volgen, kreeg ik veel termen te horen die ik niet kon koppelen aan een praktische kapstok."

Echt vooruitgang boeken

Deze kloof tussen theoretische kennis en praktische toepassing lost Jan op door zichzelf continu uit te dagen. "Ik stel mezelf altijd de vraag: hoe komt dit? Waarom werkt iets voor de ene persoon wel en voor de andere niet en hoe kunnen we daar een voorspelbaarheid in brengen? Te vaak denken we in 'standaardoplossingen', aangereikt door de leverancier, en vergeten we te onderzoeken waarom een huidconditie ontstaat. Pas als je de lifestyle en skincareroutine van de klant analyseert, wordt alles logisch. Droogt de huid uit door te agressief reinigen, dan helpt de nieuwste moisturizer niet; echte verbetering zit in het aanpassen van de reiniging, eventueel aangevuld met een behandeling en geschikte crème. Inmiddels voel ik me comfortabel in dit soort gesprekken met mijn klanten, omdat het niet commercieel is, maar ik oprecht achter mijn advies sta en de klant hier beter van wordt – iets wat ik vooral heb geleerd in merkonafhankelijke trainingen.

Diepgang

Jan combineert merkonafhankelijke kennis met merkafhankelijke trainingen, online en offline, binnen en buiten België. "Een echte aanrader voor mij is het boek 'Advanced Skin Analysis' van Florence Barrett-Hill. Meer dan 200 pagina's over huidanalyse en enzymatische processen, geschreven vanuit een cosmetisch objectief. Het heeft mij enorm geholpen om diepgang te krijgen over wat er in de huid gebeurt, welke lagen betrokken zijn en wat het effect kan zijn van bepaalde producten." Daarnaast volgde hij online trainingen bij deskundigen in onder meer Nieuw-Zeeland, die hem hielpen om zijn kennis verder te verrijken. Maar bijscholing beperkt zich voor Jan niet tot vaktechniek. Ondernemerschap en coaching zijn net zo belangrijk. "Ik heb een businesscoach, Tom Sebastian, die mij helpt om meer naar buiten te treden én om datgene te doen wat echt resoneert met wie ik ben. Ook heb ik coachingsessies gevolgd via Unizo, een Belgische organisatie voor zelfstandigen. Voor mij geldt: alles wat met ondernemerschap te maken heeft, vind ik interessant."









Hands-on mentaliteit

Daarnaast heeft Jan een hands-on mentaliteit. Bij de opkomst van Instagram begon hij gewoon met posten. “Ik heb geen training gevolgd, ik ben gewoon begonnen. Onderweg leer je hoe het werkt en kun je bijsturen. Soms kun je verzanden in weer een training of opleiding, waardoor je geen actie onderneemt. Daar probeer ik heel bewust mee om te gaan.” Hetzelfde geldt voor nieuwe trends in behandelingen. Jan bezocht in 2018 een beurs in New York en zag daar de eerste hyaluronpennen. “Ik dacht: wij mogen helemaal niet zo diep in de huid werken. Anderhalf jaar later kwam het naar België en het verdween ook weer vrij snel. Je moet naast je vakkennis soms ook gewoon je gezonde verstand gebruiken om te beoordelen wat wél en niet kan.”

Visie als kompas

Jan geeft aan dat hij vaak vanzelf herkent wanneer het juiste moment aangebroken is om verdieping te zoeken: “Ik loop tegen dingen aan die ik op dat moment niet behandeld krijg en ga dan zoeken hoe ik die resultaten wel bereik.” Die visie vormt ook het kompas bij de keuze van merken en leveranciers. Jan legt uit: “Door te weten wie ik ben en waar ik voor sta, wat mijn visie is en welke koers ik vaar, kan ik beter beoordelen of een merk of product bij mijn salon past. Voor mij is het belangrijk dat leveranciers hun claims kunnen onderbouwen en dat ik dit begrijp, zodat ik het ook aan mijn klanten kan uitleggen.”

Duurzame klantenbinding

Loyaliteit aan leveranciers ziet Jan pragmatisch. “Ik heb door de jaren heen al verschillende keren van leverancier veranderd. Er is altijd een overgangsperiode waarin meerdere merken en verhalen naast elkaar lopen, zodat klanten kennis kunnen maken met het nieuwe. Uiteindelijk verlies je soms klanten om andere redenen, maar door trouw te blijven aan je eigen visie verlies je jezelf niet.” Jan benadrukt dat een eigen visie de sleutel is tot duurzame klantenbinding en professionele groei. “Eigenlijk is de moraal van het verhaal: volg je hart en dan haken de juiste klanten daarop aan. Kijk niet naar concullega’s en wat zij wel of niet succesvol vinden; blijf trouw aan jezelf. Die visie ontwikkel je door te beginnen met wat je nu kunt en stap voor stap te groeien. Elke keer dat je tegen een probleem aanloopt of een huidvraag niet direct kunt beantwoorden, ga je op zoek naar verdieping en groei. Zo ontwikkel je een consistente visie die je zowel vaktechnisch als in klantcontact sterk maakt.”



‘Door trouw te blijven aan je eigen visie verlies je jezelf niet’

Bewuste keuzes

De visie van Jan en de koers die hij vaart met The Skin Corner illustreren hoe professionele en persoonlijke ontwikkeling hand in hand gaan. “Het gaat niet alleen om het volgen van trainingen, maar om een bewuste keuze om te leren, te ervaren en te reflecteren,” licht hij toe. “Merkonafhankelijke kennis vormt de basis, merkafhankelijke verdieping voegt context toe en ondernemerschapstrainingen zorgen dat de visie zichtbaar en effectief wordt. Voor schoonheidsspecialisten die hun vak serieus nemen, is dit een uitnodiging om niet te wachten op perfecte omstandigheden, maar actief stappen te nemen, te experimenteren en zo een eigen, krachtige visie te ontwikkelen.” Jan’s advies is helder: “Durf te beginnen, durf te vragen en durf te kiezen. Onderweg leer je het meest. Dat is waar groei en diepgang in je werk vandaan komen. En uiteindelijk zorgen die keuzes ervoor dat je klanten niet komen voor een product, maar voor jou en de waarde die jij toevoegt.”

‘Durf te beginnen, durf te vragen en durf te kiezen. Onderweg leer je het meest’

www.skincorner.be