



Jan Desair

Jan Desair is een nieuwsgierige en kritische huidexpert bij Desair Skincare in Hasselt. Hij houdt van filosoferen en het stellen van lastige vragen, maar blijft altijd trouw aan zijn eigen pad. Met zijn columns wil hij collega's inspireren, uitdagen en vooral een herkenbaar klankbord bieden binnen het vak. Zijn doel? Samen blijven reflecteren, nuanceren en groeien als beautyprofessionals, met ruimte voor eigenheid én diepgang.

VAN NIVEA TOT INTAKE: WAAROM LUISTEREN DE BASIS IS VAN VERKOOP

Laatst zag ik op Instagram een reel van een collega-schoonheidsspecialiste. Ze deelde, met een vleugje humor, hoe een klant haar vol trots vertelde dat ze "supertevreden was met haar potje Nivea". De reacties hierop? Een mix van herkenning en lichte frustratie, en als ik eerlijk ben, zag ik in de comments dat heel wat collega's zich hierin herkenden. "Weet die klant dan echt niet dat dat rommel is?" klonk het tussen de regels door.

Het is een klassieker in ons vak: je stelt een kwaliteitsvol product voor, maar de klant houdt vast aan haar vertrouwde, budgetvriendelijke crème. En ergens wringt het. Want hoe voorkom je dat je overkomt als

de zoveelste 'verkoper'? Hoe vermijd je het gevoel dat je je klant moet overtuigen, of erger nog, dat je het deksel op de neus krijgt?

Wat mij vooral opviel aan deze situatie, is dat zo'n uitspraak ("ik ben tevreden met mijn potje Nivea") meestal niet zomaar komt. Het is vaak een defensieve reactie. De klant voelt zich

onbewust aangevallen in haar keuze en verdedigt die spontaan, nog vóór jij iets hebt kunnen uitleggen over jouw producten. Dat betekent eigenlijk dat ze de waarde van jouw advies en aanbod niet ziet, of niet begrijpt waarom het voor haar relevant zou zijn.

Daarom geloof ik dat het echte verschil begint bij luisteren. Niet meteen in de adviesmodus schieten, maar eerst samen met je klant aan tafel gaan zitten.

Wat verwacht zij? Waar wordt ze blij van? Wat wil ze écht veranderen aan haar huid? Door die vragen te stellen, toon je oprechte interesse en bouw je vertrouwen op.

Pas daarna komt het moment om een persoonlijk plan voor te stellen, waarin zowel thuisverzorging als behandelingen in het salon samenkomen. Je verkoopt dan geen product, maar een oplossing voor haar unieke situatie. En ja, niet iedereen zal meteen instappen in het volledige traject of alle producten aanschaffen. Maar wat ik merk in mijn praktijk, is dat klanten die gehoord en begrepen worden, veel meer openstaan voor advies—zelfs als ze uiteindelijk niet alles kopen.

Mijn uitnodiging aan collega's? Zie verkoop niet als een trucje of een verplicht nummertje, maar als begeleiding. Begin bij luisteren, analyseren en pas daarna adviseren. Niet één product pushen, maar een plan voorstellen. Zo maak je van verkoop een service, en wordt het voor zowel jou als je klant een stuk aangenamer. 

**Je verkoopt
geen product,
maar de
oplossing voor
haar unieke
situatie**

