

The Money Maker

Praktische tips





Welkom bij The Money Maker

10 slimme tips om je salon direct winstgevender te maken, zonder harder te werken.

Zie deze tips als jasjes.

Trek ze aan. Voel wat past. Laat los wat niet werkt.

Maar oordeel niet te snel:

Do First. Judge Later.

👉 Kies niet alles tegelijk.

Start met wat je aanspreekt. Pas het toe. En kijk wat er gebeurt.

Winst begint met lef én actie.



1. Reken álles af wat je doet.

Stop met stiekeme korting. Echt.

Een paar euro hier, een 'ach laat maar' daar het lijkt onschuldig, maar kost je op jaarbasis een *klein fortuin*.

Even rekenen:

– **Als jij alleen werkt, 20 klanten per week hebt en per klant gemiddeld €5 korting geeft,** dan kost dat je:

$20 \text{ klanten} \times €5 = €100 \text{ per week} \rightarrow$

$€100 \times 47 \text{ weken} = \textbf{€4.700 per jaar}$

– **Werk je met 2 collega's (dus 3 personen totaal), samen goed voor 60 klanten per week met gemiddeld €5 korting per klant?**

$60 \times €5 = €300 \text{ per week} \rightarrow$

$€300 \times 47 \text{ weken} = \textbf{€14.100 per jaar}$

En geloof me: jij (en je team) geven vaak méér korting dan die €5.

Maar goed... ik ben vandaag lief voor je.

Dus: stop met 'kleine vrienden kortingen'.

Wees trots op je vak en reken alles eerlijk af.

Jij hebt geen hobby, je runt een business.



2. Weet wat het kost.

Als jij je kostprijs niet kent, doe je maar wat.

Bereken elk jaar wat een behandeling je écht kost: inclusief tijd, producten, loon, huur, verzekeringen, administratie, marketing *alles*. En doe dat niet één keer in je leven, maar élk jaar opnieuw.

30% marge is de absolute ondergrens om gezond te draaien.

Maar eerlijk?

Je wilt liever werken met **60% tot zelfs 100% winstmarge** op je behandelingen.

Dáár zit de winst. Dáár zit je groei.

En ja, dat betekent dus ook: **prijzen jaarlijks verhogen**.

Niet pas weer over 4 jaar als alles pijn doet.

Als je je prijzen niet bijstelt, blijf je aanmodderen en loop je onnodig geld mis.

👉 Meld je **gratis** aan voor mijn e-mail reeks: [The Price Fix](#).

Je ontvangt 7 praktische mails waarin ik je stap voor stap leer hoe je je kostprijs berekent, je prijslijst onder de loep neemt en alles aanpast naar een winstgevende strategie.

Of werk met mij 1-op-1 in [The Price Perfector](#) dé deep dive om je kostprijs, prijslijst en winststrategie glashelder en winstgevend te maken.

Wees een ondernemer, geen brandjesblusser.



3. Voel je niet schuldig over je prijzen.

Zolang jij jezelf blijft zien als 'maar' een kapper, 'maar' een schoonheidsspecialist, 'maar' een nagelstylist, 'maar' een brow- of PMU-artiest enz...

Zolang jij je vakmanschap niet serieus neemt, waarom zou een klant dat dan wél doen?

Jij bent geen “maar”. Jij bent een vakvrouw.

Je hebt geïnvesteerd in opleidingen, jarenlange ervaring opgebouwd en werkt elke dag met precisie, liefde en toewijding aan mensen, hun uiterlijk én zelfvertrouwen.

Dat is geen luxe, dat is impact.

En tóch voelen veel ondernemers zich schuldig als ze hun prijzen verhogen.

- Bang dat klanten weggaan.
- Bang dat ze 'te duur' worden.

Maar eerlijk? Wie *echt* jouw ideale klant is, snapt het juist.

→ Die snapt dat prijzen stijgen met ervaring, kwaliteit en service.

→ Die snapt dat je geen 2025-behandelingen kunt blijven geven voor 2005-prijzen.

Zolang wij onszelf blijven klein houden, doen anderen dat ook .

Dus own jouw expertise.

Praat met zelfvertrouwen over wat je waard bent.

En durf te vragen wat je waard bent zonder sorry te zeggen.



4. Kies je ideale klant en blijf erbij.

Je kunt niet iedereen helpen. En je hóeft ook niet iedereen te helpen.

De perfecte match voor jouw skills, vibe en aanbod **is bereid om te betalen voor jouw waarde.**

Maar wat zie ik te vaak?

Ondernemers die van links naar rechts springen in hun communicatie:

- de ene week richt je je op high-end klanten,
- de andere week post je iets 'voor iedereen'...

→ En dan snap je niet waarom niemand boekt.

Maar: confused people don't buy.

Dus:

- Kies bewust wie jouw ideale klant is.
- Ga voor kwaliteit boven kwantiteit.
- En zorg dat ál je content, prijzen, aanbod en uitstraling dat onderstrepen.

Duidelijkheid trekt de juiste mensen aan.

Twijfel roept niets op behalve scrollgedrag.



5. Stop met de 'ik doe alles wel zelf'-mentaliteit.

Je bent geen duizendpoot. En eerlijk? Je hoeft het ook niet te zijn.

Veel salon eigenaren zijn ooit gestart als vakvrouw (of man), en blijven daar stiekem in hangen. Alles komt op hun bord: van behandelingen tot boekhouding, van social media tot handdoeken wassen. Maar je runt geen bedrijf door álles zelf te doen. Je runt jezelf uit de zaak.

Tijd is je kostbaarste bezit.

Elke minuut die jij besteedt aan iets wat je ook kunt uitbesteden, is een minuut die je níet in je zone of genius zit. En daar zit precies het verschil tussen een *uitvoerder* en een *ondernemer*.

Dus stel jezelf deze vraag:

- Moet ik dit überhaupt doen? Past dit bij mijn doelen en visie?
- Moet ik dit echt zelf doen?
- Of kan iemand anders dit beter, sneller of goedkoper?

Denk aan:

- Social media uitbesteden of plannen met een tool
- Boekhouding automatiseren (je bent geen belastingadviseur)
- Klantcommunicatie via een online systeem laten lopen
- Of gewoon: hulp in de salon inschakelen, zelfs al is het maar een paar uur per week

Slimme ondernemers delegeren.

Niet omdat ze lui zijn. Maar omdat ze snappen dat hun tijd méér waard is als ze doen waar ze het allerbeste in zijn.

En nee, je hoeft niet morgen een team van vijf man te hebben. Begin klein. Maar begin wel.

 **Bonustip:** Werk je toch liever (nog) zelf aan je content, posts of mailings? Gebruik dan Chat GPT als je persoonlijke assistent.

Met de juiste input bespaar je uren aan bedenktijd en typen zéker als je werkt met [De Merk Vertaler](#), mijn tool die Chat GPT laat schrijven alsof jij het zelf bent.

Je blijft herkenbaar én professioneel, zonder dat het je energie en bergen tijd kost.



6. Stop met gaten in je agenda, begin met grenzen stellen.

De meeste salons werken tegenwoordig met een boekingssysteem.

Top. Maar toch zie ik nog véél lege stoelen. Waarom?

- No-shows.
- Last minute afzeggers.
- Klanten die 'even niet komen opdagen' zonder bericht.

En ja dat kost je geld. Véél geld.

Even rekenen:

Werk je met 2 tot 3 personen in je salon, en heb je wekelijks meerdere lege plekken door no-shows of late afzeggingen?

Dan loopt het verlies zo op tot **€10.000 per jaar** (of meer).

Geld dat je niet terugziet, maar wél had kunnen verdienen.

Dus hier komt jouw reminder: **jij runt een bedrijf, geen buurthuis.**

👉 **Werk met aanbetalingen**

👉 **Voer een helder no-showbeleid**

👉 **En communiceer dit duidelijk, consequent én professioneel**

Bijvoorbeeld:

- Annuleren binnen 24 uur = volledige kosten
- Bij te laat komen = inkorten van de behandeling
- No-show = aanbetaling vervalt

Durf dit te communiceren, zonder je schuldig te voelen.

Klanten die jou en je tijd waarderen, begrijpen dit.

En de rest? Die maakt ruimte vrij voor mensen die dat wél doen.

Twijfel je hoe je dit goed aanpakt? Kopieer onderstaand No-show beleid en post, pas het aan zodat het past bij jouw wensen en voorkeuren.

Ze zijn gratis, professioneel opgesteld en direct klaar voor gebruik.

Want jouw stoel is waardevol. En jouw tijd? Nog meer.

Laat je agenda geen gatenkaas zijn.

Elke plek die leeg blijft, is omzet die je nooit meer terughaalt.



📌 No-Show & Annuleringsbeleid

Bij [Salonnaam] staat respect voor tijd centraal, die van jou én die van ons.

✅ Afspraken annuleren of verplaatsen

- Je kunt je afspraak kosteloos wijzigen of annuleren tot 24 uur van tevoren.
- Annuleer je binnen 24 uur? Dan brengen we 100% van het behandeltraject in rekening.
- Iemand anders in jouw plaats laten komen mag natuurlijk, laat het ons even weten.

🚫 No-shows (niet komen zonder bericht)

Bij een no-show rekenen we het volledige bedrag van je afspraak.

Waarom? Omdat jouw plek dan niet meer opgevuld kan worden.

Onze agenda zit vaak vol. Als jij niet komt:

- **blijft er een lege stoel achter,**
- **zeggen we nee tegen een andere klant,**
- en **verdwijnt omzet die er wél had kunnen zijn.**

Vergelijk het met een werkgever die jou maar de helft van je werkdag betaalt, omdat er geen werk is. Dat is precies wat een no-show met ons doet. Daarom zijn we hier helder over.

💰 Aanbetalingen

Voor nieuwe klanten of specifieke behandelingen vragen we een aanbetaling.

- Deze wordt automatisch verrekend bij je bezoek.
- Annuleer je te laat of kom je niet opdagen? Dan vervalt je aanbetaling.

ℹ️ Waarom dit beleid?

We begrijpen dat er soms iets tussenkomt. Maar met duidelijke afspraken:

- houden we ruimte voor klanten die wél willen komen,
- plannen we efficiënter,
- en blijft onze service op topniveau.

Dank je voor je begrip en respect voor onze tijd en ons vak.

Team [Salonnaam]



Social Media post - voorbeeld

Lege stoelen kosten geld.

Niet alleen voor jou als klant, maar ook voor ons als salon.

Onze agenda zit vaak bomvol. Als jij niet komt opdagen zonder afmelding:

- blijft er een stoel leeg,
- zeggen wij nee tegen een andere klant,
- en verdwijnt er omzet die er wél had kunnen zijn.

Vergelijk het met een werkgever die je maar de helft van je werkdag betaalt.

Niet eerlijk, toch? Maar dat is precies wat er gebeurt bij een no-show in de salon.

Daarom werken we met:

- ✅ 24-uurs annuleringsvoorwaarden
- ✅ 100% doorberekening bij no-shows
- ✅ Aanbetalingen voor specifieke behandelingen of nieuwe klanten

Dit is geen 'boze post'. Dit is duidelijkheid. Voor jou, voor ons, en voor iedereen die graag wél in de stoel wil zitten.

Dankjewel dat je onze tijd en ons vak respecteert.

Team [Salonnaam]



7. Werk met minder leveranciers, maar betere deals.

Een volle kast met 10 verschillende merken klinkt misschien professioneel, maar in werkelijkheid kost het je overzicht, marge én vaak ook klanten.

Wat werkt wél?

Samenwerken met 1 tot 2 leveranciers waar je écht achter staat.

Waarom?

- Je bouwt een sterke relatie op → dat levert betere service én betere ondersteuning op
- Je komt in aanmerking voor exclusieve acties of hogere staffelkortingen
- Je krijgt vaak extra ondersteuning in de vorm van trainingen, marketingmateriaal of salonpromoties

Meer afname = meer onderhandelingsruimte.

En dus: betere marges voor jou.

Bovendien: als jij 100% achter een merk staat, ben je automatisch geloofwaardiger richting je klant. Je enthousiasme is voelbaar. Je advies wordt sterker. En dat verkoopt.

Dus:

- 👉 Kies 1 tot max. 2 leveranciers
- 👉 Ga voor kwaliteit, support en marge
- 👉 Focus = winst

Vergeet niet: jij hoeft niet alles in huis te hebben, je hoeft alleen het juiste in huis te hebben.



8. Jij bent de oplossing, dus laat dat zien.

Elke klant die bij jou binnenkomt, heeft een probleem.

Ja, óók die vaste klant die al 5+ jaar komt.

- Haar dat elke ochtend pluist
- Een huid die dof blijft ondanks 'alle crèmes'
- Wenkbrauwen die nét niet symmetrisch zijn
- Lippen die telkens opnieuw bijgewerkt moeten worden

En wat doen de meeste salons? Ze voeren de behandeling uit en zwaaien de klant weer uit, uit angst om te opdringerig te zijn of omdat ze niets willen "aansmeren".

Maar jij gaat het anders doen.

Vraag elke klant, ook je vaste klanten:

Wat stoort/irriteert je het meest als je 's ochtends in de spiegel kijkt? En luister écht.

Dan weet je precies waar jij vandaag het verschil kunt maken, je hoeft namelijk alleen het probleem op te lossen.

Verkoop is nooit het doel. Het oplossen van een probleem wel.

Verkoop is het resultaat van goed advies.

Geef altijd het maximale resultaat in de salon.

Laat zien wat er mogelijk is met het juiste product of de juiste behandeling.

Zeg gerust:

Je hoeft helemaal niets te kopen. Maar ik zie het als mijn taak als expert om je álle opties te laten zien, zodat jij kunt kiezen wat bij je past. Nee is ook oké.

Dat is geen sales praatje. Dat is service op niveau.

Wist je dat: **Meer dan 60% van de klanten zegt open te staan voor advies, maar het zelden krijgt?** (Phorest Salon Insights, 2023)

Dat is zonde. Want als jij niet adviseert, laat je kansen liggen voor jezelf én voor je klant.

Wil je leren hoe je dit doet zonder opdringerig te zijn?

👉 In The GROWTH Club vind je mijn online training *Verkopen zonder verkopen*.

Je leert stap voor stap hoe jij letterlijk kunt verkopen door alleen maar goed te adviseren. Want dat is geen verkopen, het is vakmanschap.

Word member van [The GROWTH Club](#) en krijg gratis toegang tot deze training!



9. Word dé expert in iets specifieks.

Specialiseren is geen luxe, het is een winststrategie.

Als jij ergens écht goed in bent, zoals acne behandelingen die écht resultaat geven, balayage zonder strepen, lash lifts die wekenlang blijven zitten, of permanente make-up die natuurlijk oogt, dan groeit je waarde automatisch.

Klanten betalen niet voor minuten.

Ze betalen voor jouw jaren aan ervaring, vakmanschap en zelfvertrouwen.

Hoe duidelijker jouw expertise, hoe makkelijker je hogere prijzen vraagt (en krijgt).

Vergelijk het maar met een huisarts versus een topspecialist in het ziekenhuis.

Een huisarts weet van alles een beetje.

Een specialist weet van één ding álles.

Wie denk je dat meer verdient?

En wie vertrouw je als je écht een oplossing zoekt?

Jouw klant denkt precies zo.

Ze willen niet iemand die “alles een beetje doet”. Ze willen de allerbeste voor hun specifieke probleem. Iemand die zeker weet wat werkt. Die al 100 keer heeft gedaan wat zij nodig hebben.

Dus kies jouw zone of genius.

Ga all-in op dát waar je in uitblinkt.

Verdiep je, laat het zien en deel resultaten.

En wees niet bang om jezelf die titel te geven.

De specialist verdient het meest en werkt het lichtst. Dat mag voor jou ook gelden.



10. Creëer een beleving die klopt met je prijs én je positionering.

Beleving verkoopt dat klopt. Maar alléén als het klopt met wat jij wil uitstralen en wat je vraagt.

Wat zie ik vaak gebeuren?

Bij de eerste prijsverhoging wordt er ineens luxere koffie geserveerd, liggen er koekjes van €2 per stuk en krijgen klanten een 'goodiebag' mee naar huis.

Maar... de prijzen zijn net verhoogd met een paar euro omdat alle kosten waren gestegen!

Gevolg:

- Hogere kosten
- Meer gedoe
- Nog steeds te weinig winst

Een goede klantbeleving werkt alleen als die:

1. Past bij jouw merk en segment
2. Strategisch is ingezet
3. Is doorgerekend in je kostprijs

Kijk dus eerlijk naar wat je aanbiedt in je salon:

- Klopt de beleving met wat je communiceert online?
- Past het bij het tarief dat je vraagt?
- En: levert het je iets op?

Een fijne cappuccino, oprechte aandacht, een mini-handmassage of een rustige, verzorgde omgeving kunnen een wereld van verschil maken, *mits het aansluit bij jouw positionering én winstmodel.*

✨ **Klantbeleving is geen compensatie. Het is een verlengstuk van je merk.**

Je bent geen cadeautjeswinkel. Je runt een business.

Dus:

- 👉 Wil je luxe aanbieden? Top.
- 👉 Maar verwerk het dan ook in je prijzen.
- 👉 En zorg dat het klopt met wat je belooft en wat je klant verwacht.

Luxe zonder strategie kost geld. Luxe mét strategie levert het op.



Je hebt nu The Money Maker gelezen.

Maar winst komt niet van lezen. Winst komt van doen.

- 💡 Kies één tip.
- 💡 Breng 'm deze week in praktijk.
- 💡 En kijk wat er gebeurt.

Je hoeft niet alles tegelijk.
Maar je moet wél beginnen.

Jouw salon is een verlengstuk van jouw visie.

Niet zomaar een plek waar behandelingen plaatsvinden,
maar een plek waar jouw waarden, energie en leiderschap voelbaar zijn.

👉 Wil je meer overzicht, winst en rust?

Dan is The GROWTH Club jouw volgende stap.

Als member krijg je toegang tot al mijn online trainingen, praktische tools én kun je al je vragen stellen in de community.

Geen losse cursussen meer *alles zit erin*.

En je staat er niet meer alleen voor.

💬 Stuur me een DM met "Winst" als je twijfelt of vragen hebt.

Maar weet: je hoeft het niet alleen te doen.

Je moet alleen wél kiezen om het anders te gaan doen.

Let's build a business that supports the wo(man) behind it.

Word member van [The GROWTH Club](#)

Liefs, *Kelly*