

Altijd op zoek

Mooier, sneller, gezonder, makkelijker, klantvriendelijker: in de kappersbranche wordt er continu onderzoek verricht om nog betere producten op de markt te brengen. KappersNieuws informeerde bij een aantal firma's naar nieuwe ontwikkelingen. Van software tot extensions en van kleurproducten tot styling tools. **tekst:** Marita Smit

L'Oréal Professionnel: pionier op gebied van haarkleuringen

Ontwikkelen en innoveren gebeurt bij L'Oréal Professionnel op continue basis, speciaal op het gebied van haarkleuringen. Met dat laatste heeft het wereldwijde bedrijf een aantal duidelijke doelen voor ogen: het verder verbeteren van de cosmetische van de kleuren op het haar, waarbij de kwaliteit van het haar nog beter wordt gewaarborgd. Op die manier ontstaan niet alleen mooie kleuren, maar ook een optimale haarkwaliteit en een grote klanttevredenheid. Veiligheid van de klant en comfort voor de kapper zijn eveneens belangrijke uitgangspunten. Een goed voorbeeld is INOA, de oxidatiekleuring zonder ammoniak die tot 100% grijze haren dekt. Na twee jaar in de markt is L'Oréal Professionnel nog steeds een van de weinige merken die een oxidatiekleuring zonder ammoniak heeft gelanceerd. In de toekomst blijft L'Oréal Professionnel ernaar streven om pionier te blijven als het gaat om haarkleuringen.

DIA is het laatste innovatie op toon-op-toon gebied. DIA bestaat uit twee lijnen; DIA Richesse en DIA Light. DIA Richesse is bedoeld voor natuurhaar en DIA Light voor gekleurd haar. Eén systeem met twee technologieën, waardoor de haarschubben niet meer onnodig hoeven te worden geopend. De kwaliteit van het haar wordt op die manier optimaal gewaarborgd.

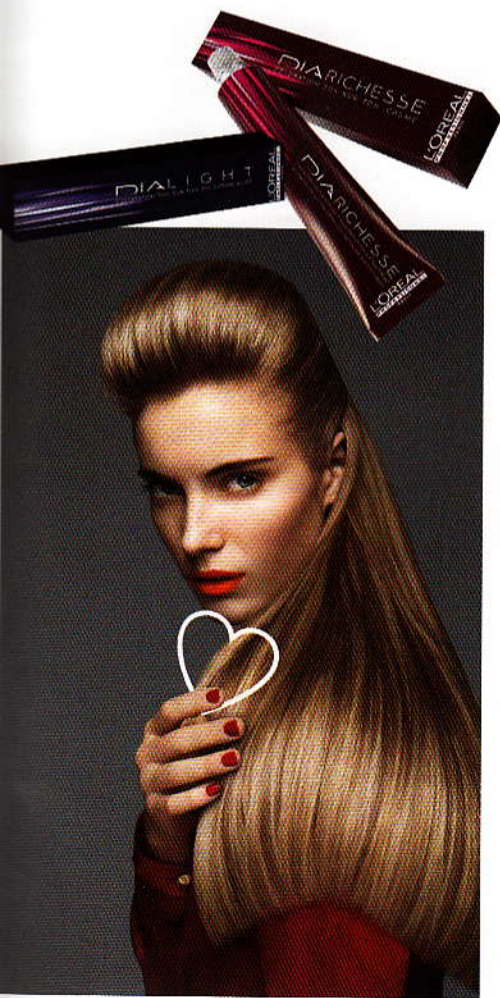
Stijltang met gouden platen bij Farouk Systems

Farouk Systems speelt in op de trend die zich wereldwijd aftekent: luxe en kwaliteit. De Farouk Royal Treatment lijn is daar een goed voorbeeld van: een serie producten die luxe en kwaliteit verenigt. De lijn bevat witte truffel, één van de zeldzaamste grondstoffen ter wereld. Het luxe ingrediënt is één van de rijkste bronnen van vitamine B, belangrijk voor de stimulering van proteïnen en aminozuren die gezond en mooi haar geven. Daarnaast bevat Royal Treatment parel. Parel heeft een unieke samenstelling van 22 aminozuren, die in combinatie met



proteïnen, vitamine B en polysacchariden, het haar versterken, zacht maken en een mooie glans geven.

In navolging van de luxe productlijn is er nu ook een nieuwe stijltang: Farouk Royal Treatment by CHI Gold Ceramic Digital Hairstyling Iron. Je kunt het haar er mooi glad en steil mee maken, maar ook krullen of golven behoren tot de mogelijkheden. De stijltang behoort tot de volgende generatie stylingtools. Goud is de best geleidende metaal soort, waardoor deze tool zeer snel op temperatuur is. Daarnaast bevat de CHI Iron een - in combinatie met NASA ontwikkelde - keramische technologie, die ervoor zorgt dat de stijltang gemakkelijk door het haar glijdt, terwijl de vochtbalans wordt behouden. De haren worden als het ware verzegeld. Het resultaat is gezond, onbeschadigd haar met een mooie glans.



naar innovatie



Online oplossingen van Da Vinci Salonautomatisering

Als salonautomatiseerder wil **Da Vinci** de kapper ontzorgen door mee te denken, bij te dragen aan het verhogen van de omzet en op die manier een stuk rust te bieden. Om dit te realiseren wordt al vijf jaar gewerkt aan het ombouwen van het hele pakket. Binnenkort kan elke kapper overstappen naar een programma dat op internet draait, in plaats van lokaal op een computer. Goed om te weten: mocht het internet uitvallen, dan kan er nog wel worden gewerkt en worden afgerekend. Er staan al veel delen van het programma online.

Da Vinci lanceert de komende tijd verschillende nieuwe producten en diensten. Da Vinci Free bijvoorbeeld, een gratis dienst waarmee alle kappers in Nederland een eerste stap richting salonautomatisering kunnen maken. Het bevat onder andere een online afsprakenboek, een basis website en kappersreclame. Andere nieuwe initiatieven: kappersactie.nl (elke dag worden gratis knipbehandelingen weggegeven via Twitter) en Kasstaat SMS (ondernemer krijgt een smsje met onder andere de omzet zodra de kassa is afgesloten). Een aantal diensten bestaat al langer, maar het aanbod wordt continu uitgebreid. Dit betreft bijvoorbeeld het vrij recent gelanceerde online afsprakenboek Hairplanner, Kappersreclame (reclame-uitingen die je kunt personaliseren), filiaaloverzichten en het loon- & snipperdagenprogramma.

Babyliss Pro lanceert föhns met bijzondere motor

De elektrische apparaten en haarverzorgingsproducten van **Babyliss PRO** zijn zo ontwikkeld dat de creativiteit van de kapper volledig tot haar recht kan komen. In het onderzoekslaboratorium wordt non-stop gewerkt aan het ontwikkelen van nieuwe formules, zodat

de producten steeds beter worden en steeds eenvoudiger in gebruik zijn. Als professionele kapper kun je bij dit merk terecht voor alle productcategorieën, zoals haardrogers, stijltangen, krultangen, krulsets en tondeuses. Voor elk nieuw apparaat gelden kracht, design, ergonomie en prestatie als uitgangspunten.

Onlangs zijn enkele nieuwe föhns gelanceerd. Bijzonder om te weten: de krachtige 2200V motor is exclusief ontwikkeld in samenwerking met Ferrari. De motor is betrouwbaar, zorgt voor tijdsparing en gaat vijf keer langer mee. De snelheid en temperatuur zijn instelbaar met twaalf standen. Het ergonomische ontwerp is perfect uitgebalanceerd en er zijn twee varianten: compact (20,5 cm) of ultracompact (16,5 cm). Het meedraaiende snoer is 2,80 meter lang, dus je hebt veel bewegingsvrijheid. Ook twee limited edition föhns zijn het vermelden waard. De ink pink en de ink white zijn krachtig, licht en stijl, maar springen vooral in het oog vanwege het opvallende uiterlijk.

Balmain Hair biedt oplossingen voor haarproblemen

Het afgelopen jaar is **Balmain Hair** een nieuwe weg ingeslagen. De nadruk ligt veel meer op het bieden van oplossingen voor klanten. Hair+ van Balmain Hair biedt oplossingen voor de zes meest voorkomende haarproblemen. Denk bijvoorbeeld aan klanten met fijn haar, dunner wordend haar of klanten die wel een kleuraccent willen, maar dan zonder gebruik te maken van chemicaliën. Als kapper kun je nog creatiever aan de slag en je biedt klanten naast knippen, kleuren, krullen en stylen een extra service. Dat kan ervoor zorgen dat de bezoekfrequentie omhoog gaat, waardoor er meer omzet mogelijk is.



De nieuwste producten zijn Volume Secret en ColorFlash. Volume Secret is een uitkomst voor klanten met dun haar bovenop het hoofd. Je geeft de klant niet alleen een mooi kapsel, maar ook zelfvertrouwen en zekerheid. Het product kan ook als fashion item worden gebruikt om extreem volume te creëren. ColorFlash zijn 's werelds snelste high- of lowlights, waarmee vrouwen die graag modetrends volgen ook regelmatig van haarkleur kunnen veranderen. In een mum van tijd kan een natuurlijke tint of felle modekleur in het haar worden aangebracht. ColorFlash bestaat uit zes losse haarstrengen van 100% echt haar, die je aanbrengt met onzichtbare tape. De 25 of 40 centimeter lange strengen blijven tot vier weken zitten en zijn herbruikbaar.



The Colomer Group: per doelgroep het juiste product

Het mannenmerk American Crew maakt onderdeel uit van de **Colomer Group**, die ook Revlon Professional en de nieuwe merken Orofluido en Uniq One op de markt brengt. De firma doet er alles aan om eraan bij te dragen dat klanten die nu geen producten in de professionele salon kopen, dat in de toekomst wel gaan doen. Hoe? Door producten te ontwikkelen waarmee verschillende doelgroepen worden aangesproken.

Orofluido is een luxe product dat niet zou misstaan in een parfumeriezaak. De gouden olie in een glazen fles bevat ingrediënten die tijdens oude schoonheidsrituelen in Egypte en Marokko