



Color Craft

CONSULTATIE



Laat je bedrijf **GROEIEN** met consulenten

Het geheim om **je bedrijf te laten groeien** en **een trouwe klantenkring op te bouwen**, gaat verder dan uitstekende kleurresultaten. Het gaat ook om het creëren van de **perfecte ervaring** voor hen



Een gemakkelijke manier om dit te bereiken is door simpelweg **je consultatievaardigheden te verbeteren**. Het aanbieden van een grondig kleurconsult aan al je klanten kan helpen om je bedrijf te laten groeien, **de frequentie van de salonbezoeken van je klanten te verhogen** en de loyaliteit van je klanten te verbeteren.

Inzicht in wie je klant is en wat hun haarbehoefte is, betekent dat je **ze elke keer briljante resultaten kunt geven**.





De **PERFECTE** CONSULTATIE

1 **CONSULTEN**

- › Het belang
- › 3-stappenconsult



2 **EFFECTIEVE COMMUNICATIE**

- › Ontgrendel het potentieel van je klant
- › Spreek de taal van je klant
- › Uitdagende situaties



3 **GESCHIKTHEID ANALYSE**

- › Haarevaluatie
- › Huidskleur
- › Kleurgeschiktheid
- › Ogen



4 **VORM EN BALANS**

- › Licht versus donker
- › Blokkleur versus multitonaal
- › Gezichtsvormen

Het **BELANG** van consulten

Vaardigheid in communicatie zal een vertrouwensrelatie creëren, vertrouwen opbouwen en je leiden naar een loyale en gelukkige klantenkring.

W I S T J E D A T ?

Slechts **41%**
van de klanten zeggen dat ze
het gevoel hebben dat ze een
consult krijgen van hun kapper

72%
van de klanten
verwachtte dat hun
consult uitgebreid
zou zijn

E C H T E R , K L A N T E N D I E . . .

een consult krijgen, geven tot
meer uit aan producten en services **35%**

“ Onze klanten waarderen
de tijd die je neemt om
hen te leren kennen
en hoe je hen door
een consult leidt, wat
resulteert in in het leveren
van de juiste service voor
het kleuren van hun haar.



3-STAPS consult



1

Elke klant hebt de potentie om een **klant te worden die hun haar laat verven**. De sleutel om dit te ontgrendelen is een geweldig **consult**.

I D E N T I T E I T

Wie is je klant?

- › Persoonlijkheid en levensstijl
- › Betrokkenheid en budget
- › Haaranalyse en geschiktheid

B E S T E M M I N G

Welk type kleurresultaat willen ze?

- › Subtiële verandering?
- › Drastische verandering?
- › Bestrijden van grijs haar?



2

S E R V I C E S

Hoe bereiken we dit?

- › Welke salonservices?
- › Welke thuiszorgregimes?
- › Welke productkeuzes?



3

Ontgrendel het **POTENTIEEL** van je klant



Vaardigheid in communicatie zal een **vertrouwensrelatie creëren, vertrouwen opbouwen** en je leiden naar een **loyale en gelukkige klantenkring**.

Gebruik open vragen, luister en reflecteer! Dit helpt je om een diepgaand beeld te krijgen van wie je klant is, en wat ze nodig hebben van de service!



"Vertel me wat je van je haar vindt?"

"Hoe vaak wil je de kapper bezoeken?"



Luister actief omdat dit ervoor zorgt dat je klanten zich **meer openstellen** en zich op hun **gemak voelen** bij jou en maak dit je prioriteit.



Reflecteren betekent nauwkeurig samenvatten wat je klant tegen je hebt gezegd en dit bij hen herhalen. Dit zorgt ervoor dat:

- › Je hebt begrepen wat je cliënt probeert over te brengen
- › Zij iets kunnen verduidelijken of corrigeren
- › Het laat zien dat je goed luistert, wat het vertrouwen bevordert



"Dus ik begrijp dat je de voorkeur geeft aan je haarkleur XXX"

"Heb ik dat goed begrepen?"



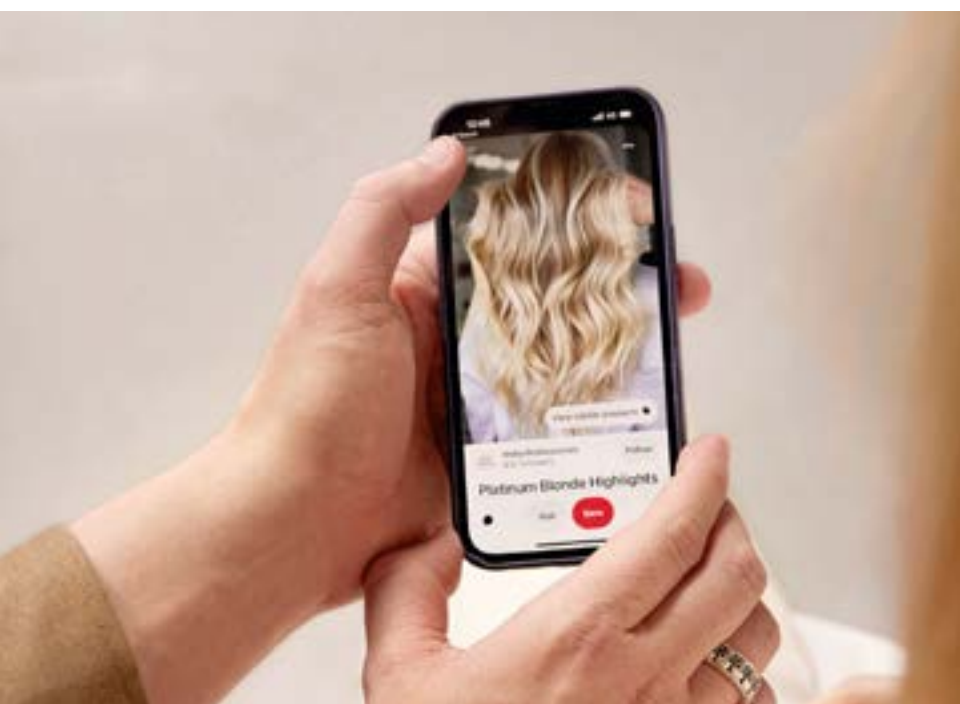
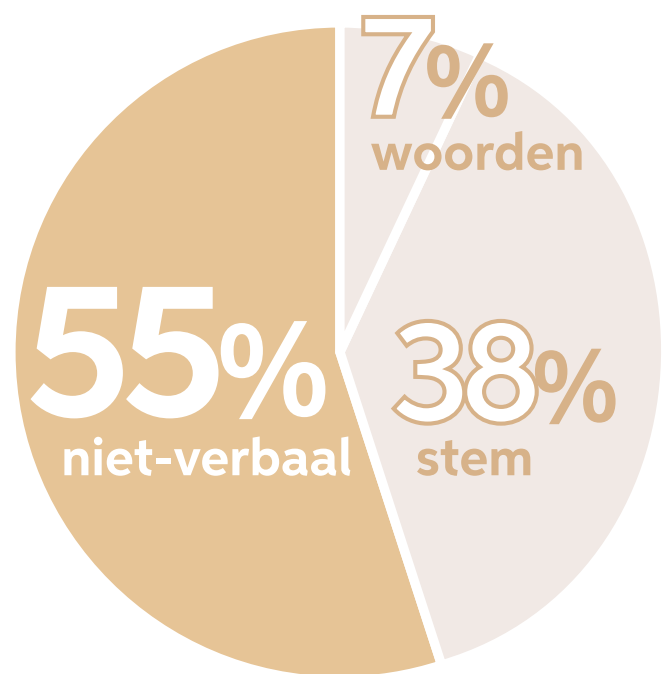
Spreek de **TAAAL** van je klant

Het begrijpen van de persoonlijkheid van je klant zal je helpen om de perfecte service-ervaring speciaal voor hen te creëren!

WIST JE DAT?

55% van onze dagelijkse communicatie **non-verbaal** is. En slechts **7%** is de woorden die we zeggen.

Het observeren van lichaamstaal, toon of intonatie van onszelf en onze klanten is net zo belangrijk dan de woorden die we zeggen.



Iedereen ervaart informatie anders. Gebruik **visuele referenties**, toon het geplande effect op het haar door **je handen te gebruiken** en doe een beroep op de zintuigen van je cliënt.

Heb je er ooit aan gedacht of je cliënt een introvert of extravert is? Houd rekening met waar je en je klant zitten op de schaal van introversie/extraversie, zodat je je communicatiestijl aan hen kunt aanpassen. Extraverte mensen worden gestimuleerd door sociale interacties, terwijl diezelfde interacties meer energie kosten voor introverte mensen.

INTROVERT

EXTRAVERT

Communiceren via **UITDAGENDE SITUATIES**

Hoe om te gaan met **ONREALISTISCHE VERWACHTINGEN**

1. Informeer je klant en wees eerlijk
2. Gebruik je geschiktheidsanalyse om je mening te ondersteunen
3. Erken wat ze willen, wees positief en bespreek het met empathie en begrip
4. Wees bereid om alternatieven aan te bieden



Hoe om te gaan met **BEZWAREN**

1. **Erken hun 'nee'** en houd het positief, of het nu gaat om het vinden van een alternatief of het bereiken van een compromis.
2. **Luister naar het 'waarom'.** Als het bijvoorbeeld aan het budget ligt, kunt je alternatieve, goedkopere services voorstellen.
3. **“Nee” zou eigenlijk “nu niet” kunnen zijn:** soms hebt de klant gewoon tijd nodig om aan een idee te wennen en kunnen ze er bij de volgende afspraak klaar voor zijn.



BEGRIPSVERWARRING is waar twee mensen hetzelfde woord op verschillende manieren waarnemen. Goudblond kan bijvoorbeeld heel anders zijn voor jou en je klant. Vermijd dit door altijd visuele referenties te gebruiken



VISUELE misverstanden

is wanneer de klant denkt dat ze de haarkleur op een afbeelding mooi vinden, maar het is eigenlijk de manier waarop het haar is gestyled. Bespreek en vergelijk de afbeeldingen die je klant met andere afbeeldingen hebt gebracht om hun keuze te bevestigen.



Haar EVALUATIE

Elk haar hebt zijn eigen kenmerken, daarom is het cruciaal dat we het haar van onze klant nauwkeurig beoordelen voordat we beslissingen nemen.

Grondige evaluatie van het haar zorgt ervoor dat je kiest voor de juiste kleurtechniek en plaatsing, maar nog belangrijker, de keuze van je product en formule.

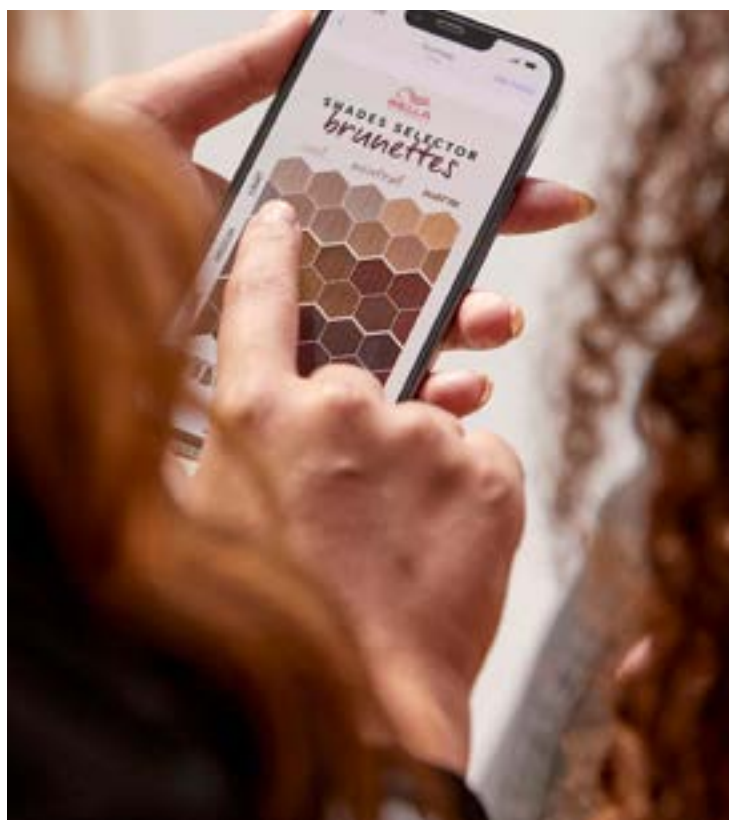


Wat te evalueren:

1. Natuurlijke diepte
2. Onderliggend pigment
3. Haartype:
 - › Recht, golvend, krullend, kroeshaar?
4. % Grijs:
 - › 25%, 50%, 75%, 100%?
5. Textuur:
 - › Fijn, medium, grof?
6. Poreusheid:
 - › Laag, medium hoog?
7. Dichtheid:
 - › Laag, medium hoog?

GOEDE TIP

Ga naar Wella Professional's Pinterest voor onze digitale consulttools.



Huid en ONDERTOON

Onze **huidskleur** is onze meest dominante eigenschap, dus als we de geschiktheid voor kleuren beoordelen, is dit het eerste waar we rekening mee moeten houden. En als we dat doen, moeten we denken aan zowel de **diepte** als de **ondertoon**.



Bepaal de **diepte van de huidtint van je klant** vanaf de kaaklijn, omdat dat het gebied is waar de huid het minst wordt beïnvloed door huidaandoeningen of zongebruinde huid. Kijk naar de wangen van je cliënt en rond de neus om **hun ondertoon te bepalen**.

K O E L

In lichtere diepten van de huid, kun je rooskleurige gebieden zien. Als de huid donkerder wordt, is er kans om meer blauw te zien.

W A R M

In een lichtere huid zie je bleke gouden tinten. In een donkere huid zie je terracotta, bruin en rijk amber.

	KOEL		NEUTRAAL		WARM	
BLANK						
LIGHT						
MEDIUM						
HUIDTINT						
DIEP						

Wist je dat neutrale ondertoon uiterst zeldzaam is, maar voor de gelukkigen die het hebben past elke tonaliteit bij hen!

Tips om te evalueren **ONDERTOON**



Plaats het haar van de klant uit de buurt van hun gezicht. Drapeer de gekleurde doek één voor één rond de nek. De doek die de natuurlijke huid het beste accentueert helpt je om de huidtint te bepalen. D.w.z. de huid ziet er stralender uit, zonder donkere kringen onder de ogen en vlekken lijken minder zichtbaar.

Je hebt het volgende nodig

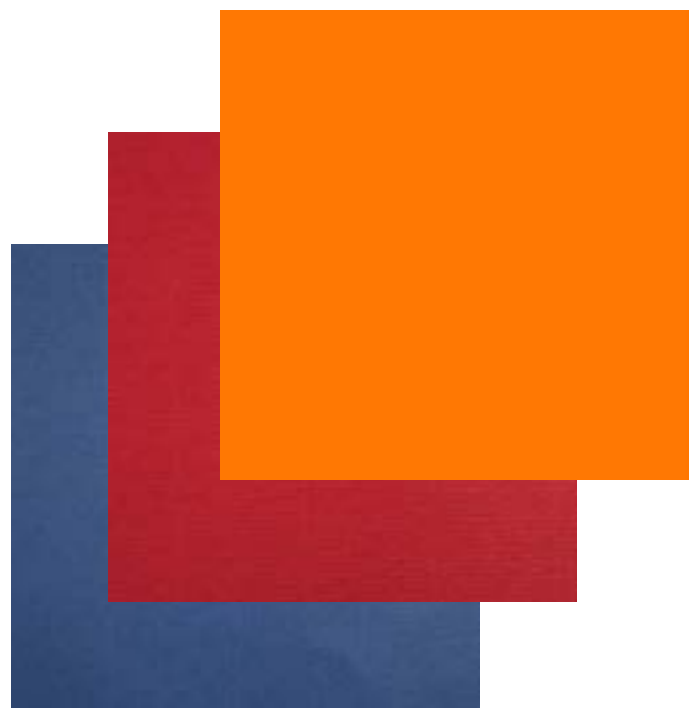


Een koele
roze stof

Als je geen stoffen bij de hand hebt, ga dan naar de **Pinterest van Wella Professionals** en gebruik deze gekleurde kaarten als hulpmiddel om de ondertoon van je klant te evalueren.



Een warme
perzikkleurige stof



Kijk naar de kleur van de aderen:

Vraag je cliënt om hun mouwen op te trekken en naar de aderen aan de binnenkant van de pols te kijken. Zijn ze blauw of groen? Als ze meer blauw lijken, hebben ze waarschijnlijk koele huidtinten. Als de aderen er groenachtig uitzien, hebben ze warme huidtinten. Het moet genoemd worden dat aderen niet echt groen zijn - ze zien er groenachtig uit omdat je ze ziet door een geel getinte huid.



GOEDE TIP

We hebben misschien ook een mix van ondertonen die we Chroma noemen. Dit kan worden veroorzaakt door verschillende huidaandoeningen zoals rosacea of schade door de zon, bijvoorbeeld. Denk aan een cliënt die een koele ondertoon heeft, maar ze hebben ook sproeten die wat warmte in de huid brengen.

Voor dit type klanten, wil je misschien zachtere en minder verzadigde tinten kiezen. Voor klanten met een heldere warme of koele ondertoon zouden verzadigde tinten goed passen.



KLEURGESCHIKTHEID

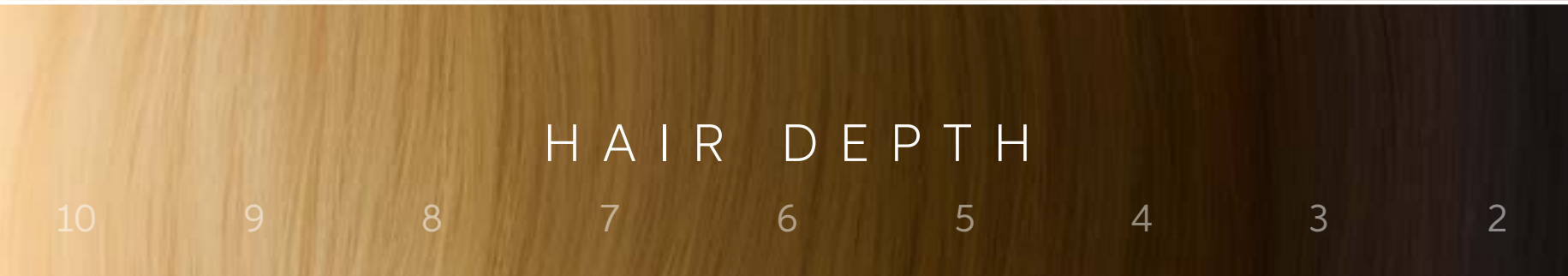
Kleurvoorkeur is geen wetenschap. Het is zeer nauw verbonden met **mode en persoonlijke smaak**. Er zijn echter bepaalde **tinten die beter samen gaan** met de gelaatskenmerken van je klant. Gebruik deze tabel als referentie voor **diepte en tonen die het meest harmoniserende effect voor je klant zouden creëren**.

Harmoniserende tinten



W A R M H U I D O N D E R T O O N

BLANK LIGHT MEDIUM HUIDTINT DIEP



H A I R D E P T H

10 9 8 7 6 5 4 3 2

BLANK LIGHT MEDIUM HUIDTINT DIEP

K O E L H U I D O N D E R T O O N



Harmoniserende tinten

Voor **een contrasterend** effect kiest je de tinten aan de andere kant

Kleur VERGELIJKING

Als het gaat om het creëren van een meer opvallend en contrasterend effect, is de kleurvergelijking van Wella hiervoor een nuttig hulpmiddel.

Wella Professionals kleurvergelijking houdt rekening met 3 aspecten: **HUIDSKLEUR, OOGKLEUR** en **HAARKLEUR**. We kunnen een meer opvallend effect creëren wanneer een van de drie aspecten opvalt en contrasteert met de andere twee.



HUIDSKLEUR



OOGKLEUR



HAARKLEUR

KOEL + KOEL + WARM
WARM + WARM + KOEL
=
WARE KLEURVERGELIJKING

Oog KLEUR

Bij de beoordeling van de ogen van de klant moet met twee aspecten rekening worden gehouden. **De kleur en de diepte.** Oogkleur helpt je om te begrijpen wat voor soort tinten te kiezen en de diepte zal je helpen om te weten welke haarkleurdiepte het beste bij je klant zou passen.

W A R M

Goudbruin
Hazelnootbruin
Goud



K O E L

Groen
Blauw
Zeer
donkerbruin
Grijs



Plaats een van onze tintkiezers **naast het oog van je klant** en je ziet hoe de juiste diepte ervoor zorgt dat hun oog opvalt. **Dezelfde diepteniveau in haarkleur zou het meest harmoniserende effect creëren.**

Vorm en **BALANS**

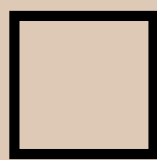
Vorm en kleur hebben de mogelijkheid om het uiterlijk van de gelaatstrekken van een persoon te transformeren. We kunnen lichte en donkere of warme en koele kleuren gebruiken om **de gezichtskenmerken van onze klant mooier uit te laten komen**.

Begrijpen hoe je deze hulpmiddelen gebruikt, betekent dat je in staat bent om de **aandacht te vestigen op of kenmerken van je klant te verzachten**. Dit is een geweldig onderwerp om tijdens je consult te bespreken.

Licht versus **DONKER**



Donkere kleuren hebben de neiging om een vorm er sterker en meer gedefinieerd uit te laten zien.



Deze twee vierkanten zijn identiek, maar zie hoe de donkerdere dichter en meer gedefinieerd lijkt.

Als je dit toepast op haar, betekent dit dat donkere kleuren **fijner haar de illusie van volheid** kunnen geven en een **sterkere contour aan een kapsel kunnen geven**.

Lichtere kleuren reflecteren licht meer dan donkere kleuren.

Wanneer je lichtere kleuren in het haar gebruikt, kunt je het **opfleuren en de illusie van volume creëren**. Het hebben van lichtere kleuren rond het gezicht reflecteert licht en zal de **teint van je klant opfleuren**.



BLOKKLEUR versus multitonaal

Blokkleuren voegen **kracht en definitie toe** aan een vorm. **Multitonale kleuren** helpen om de illusie van **textuur en beweging** te creëren.



Ondanks dat deze twee vierkanten identieke vormen hebben, zie je hoe de blokkleur kracht en stevigheid toevoegt aan het vierkant, terwijl het multi-tonale vierkant zachter lijkt en meer beweging lijkt te hebben.



Blokkleur kan geweldig zijn voor geometrische kapsels en wanneer je **kracht aan een vorm wilt toevoegen**. Neem bijvoorbeeld een volledige pony.

Multitonale kleur voegt zachtheid en beweging toe aan het haar, daarom is het ideaal voor meer getextureerde stijlen. Krullen, bijvoorbeeld het toevoegen van meertonige highlights geeft meer **beweging en accentueert de krullen**.



GEZICHTSVORM

Het begrijpen van gezichtsvormen helpt je om slimme kleurplaatsing te gebruiken om kenmerken die de klant verkiest te verbeteren of te verhullen.

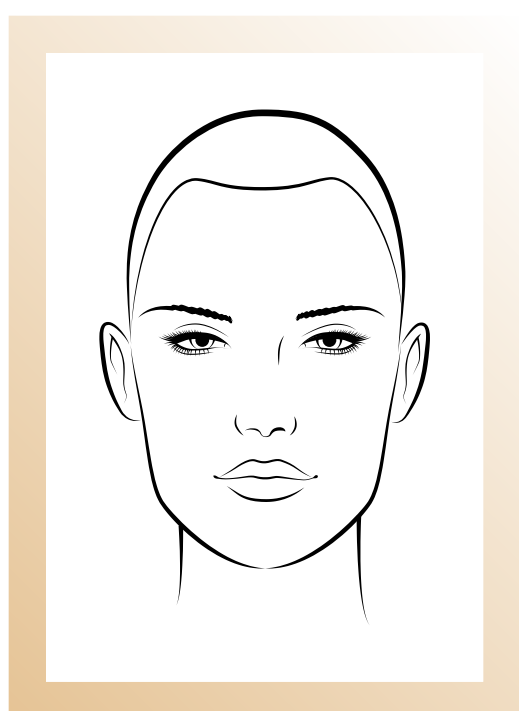
D R I E H O E K

De driehoekige gezichtsvorm heeft wenkbrauwbotten en jukbeenderen die aanzienlijk breder zijn dan de kaaklijn.



Overweeg: korte kapsels die volume aan de bovenkant, kroon, en/off rond de slaap hebben. Krullen en golven werken hier goed.

Vermijd: stijlen op kinlengte, vooral als het haar steil is. Gebruik voor langere stijlen korte tot middelgrote lagen om het bovenste volume naar de onderkant toe te taps toelopend te houden. Bij langere lengtes is de kaak ook het best in balans met golven of gekruld in lagen in plaats van lagen die naar buiten vallen.



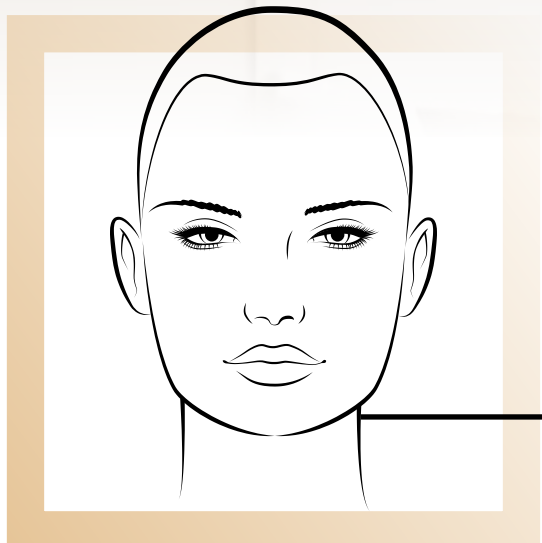
V I E R K A N T

De rechthoekige gezichtsvorm heeft dezelfde kwaliteiten als de vierkante gelaatsvorm, behalve dat deze langer is. Het heeft de neiging om hoekig te zijn, maar niet altijd. Rechthoekige gezichten zijn vrij recht, met de jukbeenderen zelden breder dan het voorhoofd en de kaaklijn.

Overweeg: scheidingen in het midden, pony's of naar achter gekamde stijlen, stijlen die volume toevoegen aan de bovenkant, maar niet aan de zijkanten.

Vermijd: 'wig'-kapsels en bobs met gradatie die korter zijn dan de kaaklijn.

V I E R K A N T

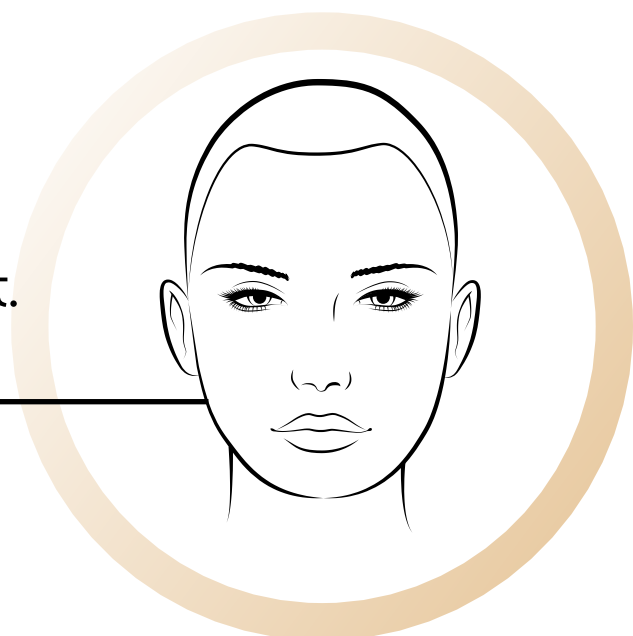


Het vierkante vlak vernauwt niet veel van het jukbeen naar het voorhoofd of van het jukbeen naar de kaaklijn. Het vierkante gezicht kan er ook hoekig uitzien met de kaaklijn die scherpe hoeken heeft, terwijl zelfs het voorhoofd een vierkante vorm kan hebben.

Overweeg: stijlen met rondere randen en textuur die op het gezicht vallen om zwaardere kaaklijnen te verzachten.

Vermijd: scheidingen in het midden, zwaardere pony's.

Het ronde gezicht is het breedst over de jukbeenderen. Deze gezichtsvorm heeft helemaal geen hoeken en is breder dan het typische ovale langwerpige gezicht.

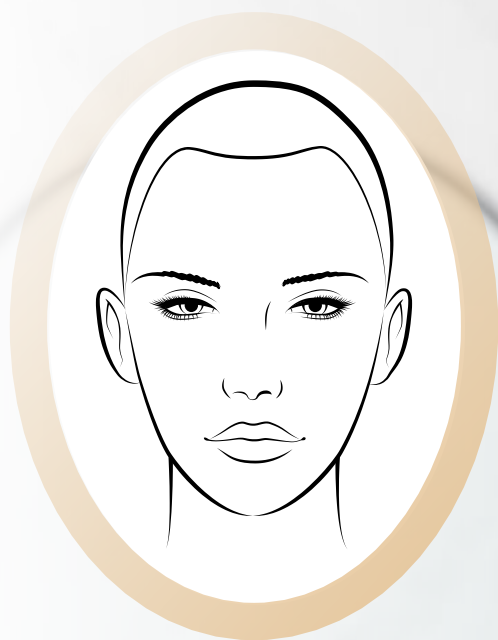


Overweeg: lange lengtes aan de zijkanten om de breedte van het gezicht te compenseren.

Vermijd: kapsels rond de oorlengte en harde rechte ponystijlen die volume toe te voegen aan de zijkanten zondervolume op de bovenkant omdat dit het gezicht een bredere uitstraling geeft.

R O U N D



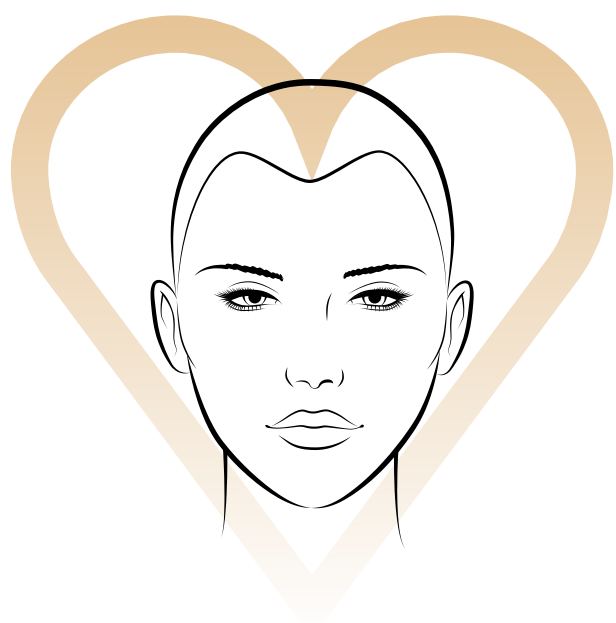


O V A A L

Het ovale gezicht is iets breder bij de jukbeenderen. Het versmalt iets aan de kaaklijn en het voorhoofd. De breedte van het voorhoofd en de breedte van de kaaklijn (van hoek tot hoek) is bijna gelijk.

Overweeg: past bij elk kapsel.

Vermijd: geen beperkingen.



H A R T

Het hartvormige gezicht wordt soms de omgekeerde driehoek genoemd. Het is het breedst op het voorhoofd en versmalt naar de kaaklijn. De kaak is het smalste deel van het gezicht.

Overweeg: bobs op kinlengte en kaaklengte zien er fantastisch uit op deze gezichtsvorm. Texturen zoals krullen, golven en lange lagen accentueren ook de kenmerken. Probeer asymmetrische pony's, zijscheidingen en dunne lagen om balans te creëren in deze mooie gezichtsvorm.

Vermijd: harde rechte pony's, omdat ze het gezicht korter en het voorhoofd breder maken.



WORD LID
WORD LID
WORD LID
WORD LID
WORD LID
WORD LID

WORD LID VAN DE WELLA-COMMUNITY!

Deel je berichten op sociale media met ons en ze kunnen worden weergegeven op onze wereldwijde kanalen.

H O E W O R D J E U I T G E L I C H T

Tag ons in je foto met @wellahair

Vergeet niet om je gebruikte kleurformule toe te voegen, zodat we deze met de rest van de Wella-familie kunnen delen.

#wellalove #wellafamily #askforwella

 [instagram.com/wellahair](https://www.instagram.com/wellahair)

 [facebook.com/wella.com](https://www.facebook.com/wella.com)

 [pinterest.com/wellapro](https://www.pinterest.com/wellapro)

 [@wellapro](https://twitter.com/wellapro)