

LOOX, EN NY DANSK FRISØRFRANCHISEKÆDE:

NÅR DRØMME KAN BLIVE VIRKELIGHED

LYSTEN, GNISTEN OG FRIVILLIGHEDEN SKAL VÆRE DRIVKRAFTEN I DEN NYE FRISØRFRANCHISEKÆDE LOOX. OG KONCEPTET ER UNIKT, FOR KÆDEN TAGER I PRINCIPPET HELE DEN ØKONOMISKE RISIKO, LIGESOM MAN STÅR FOR DET "KEDELIGE" KONTORARBEJDE, MENS FRISØREN KAN KONCENTRERE SIG OM ALT DET, DER HAR MED HÅR AT GØRE.

"Vi vil gerne have fat i de unge frisører, som har en drøm om at blive selvstændige. Men vi ved, at de har svært ved at lægge flere hundrede tusinde kroner på bordet. Derfor har vi skabt et franchise-system uden alle de "grimme" ting som en stor investering, flat fee og omsætningsfee. Vi tager den store økonomiske udgift, det er at starte en ny salon op, og så sætter vi på at skabe en langsigtet, god og sund forretning med vores samarbejdspartnere". Det fortæller Lars Amann Eriksen, der er direktør for den nye frisørfranchise-kæde Loox, som netop nu er ved at åbne sin første forretning i Vejle.

Og umiddelbart kan det lyde lidt som filantropi, men det er det ikke, understreger Lars Amann Eriksen. "Vi er her for at tjene penge til såvel os selv som til frisørerne".

Ideen om at etablere Loox-kæden blev født i februar i år; da Lars Amann Eriksen forsøgte at opkøbe en anden kæde. "Det lykkedes heldigvis ikke, og det er jeg meget tilfreds med i dag". Men ideen blev født, og Lars legede videre med tanken om at etablere en frisørfranchise-kæde. Det samme gjorde Kim Branick, og de to fandt sammen. Ydermere er også Brian Overmark med i Loox som passiv investor. Den daglige ledelse af Loox tager Lars Amann Eriksen sig af, mens Kim Branick byder ind med det, han er ekspert i, nemlig detailhandel på et højt plan i såvel mode- som kosmetikbranchen.

NØGLENTIL EN KØREKLAR BUTIK

Loox står for indretningen og varelageret, når en ny salon skal etableres, og frisøren får i princippet udleveret nøglen til en køreklar butik. "Vi har medindflydelse på salonens drift, men i det daglige kører den frisør, vi samarbejder med, salonen", fortæller Lars Amann Eriksen. Typisk er det jo sådan, at frisører er rigtig gode håndværkere og super kreative, men når det kommer til regnskaberne og moms, der skal betales, synes de bestemt ikke, det er spændende.

"Derfor vil vi i princippet fungere som et "backoffice", der kan tage sig af alt det, der ikke har med hår at gøre. Hvor meget, vi skal tage os af, er individuelt fra salon til salon – alt efter hvor stor en del frisøren selv vil stå for".

Typisk vil man sammen lægge en markedsføringsplan for salonen, og man vil i fællesskab fastlægge såvel en profil som et budget for den enkelte salon. Og ønsker en frisør i Loox eksempelvis hjælp til den ubehagelige opgave, det er, at skulle fyre en medarbejder, hjælper man også med det. "Man kan sige, vi har de omvendte briller på i forhold til størstedelen af frisørbranchen generelt. Vores briller ser på virksomheden Loox med 80 pct. forretningsyn og 20 pct. frisørsyn", forklarer Lars Amann Eriksen. For fylder faget det hele, bliver bundlinjen også derefter!

"Vores mål er at skabe gode og sunde saloner. Frisørerne får selv den pæne del af omsætningen, vi får en mindre del, mens de fleste omkostninger ligger hos os. Det betyder, at vi skal være rigtig gode til det, vi gør. For er vi ikke det, tjener vi ikke penge", fastslår Lars Amann Eriksen. Og han medgiver, at han og hans kompagnoner på kort sigt ville kunne tjene flere penge på at etablere en kapitalkæde og ansætte bestyrere. "Men på den lange bane mener vi, salonerne bliver bedre forretninger, når den frisør, der står der, selv har andel og dermed ansvar for virksomheden". Derfor arbejder man heller ikke med lange opsigelsesfrister: "Har en frisør ikke længere gejsten, så er det bedre at samarbejdet ophører. For man skal brænde for det, man gør", mener Lars Amann Eriksen. Salonerne ejes af Loox, så vælger en frisør at træde ud af samarbejdet, står Loox hovedkontoret med salonen.

POSITIVETILBAGEMELDINGER

Lars Amann Eriksen er begyndt at tale med frisører om etablering af Loox saloner, og han har allerede nu fået en række positive tilbage-



"Vores mål er at skabe gode og sunde saloner. Frisørerne får selv den pæne del af omsætningen, vi får en mindre del, mens de fleste omkostninger ligger hos os. Det betyder, at vi skal være rigtig gode til det, vi gør", fastslår Lars Amann Eriksen.



Vaskepladserne som de kommer til at se ud i Loox.

meldinger. Både fra unge frisører, der har en drøm om at blive selvstændige og fra frisører, der allerede har en salon, som de gerne vil konvertere til Loox.

"Perfekt, det er lige det, der har manglet. Nogen, der tager sig af markedsføring og drift, mens jeg kan taget mig af håret", er en typisk reaktion. Faktisk fortæller Lars Amann Eriksen at han og hans kompagnon er blevet taget lidt på sengen over den meget store interesse, der har været for Loox, og ét er i hvert fald sikkert: Lysten fylder rigtig meget hos frisørerne, og det er svært for mange at tage sig sammen til det "kedelige" kontorarbejde.

"Men skal man drive en effektiv salon i dag, skal der foreligge en forretningsplan, og man kan ikke kun drive forretning med følelser og med hjertet, som mange frisører gør det i dag – så tjener man i hvert fald ingen penge". Selvfølgelig er de bløde værdier, der betyder meget for frisørerne, også tænkt ind i konceptet. Men primært handler det om, at de bløde værdier, står frisørerne for, mens Loox backoffice står for de strategiske linjer, de sætter mål op for virksomheden og jagter dem.

VI SKAL GIVE KUNDEN OPLEVELSER

I gennem det seneste halve år er Lars Amann Eriksen blevet klippet rigtig mange gange, for hele foråret og sommeren har han brugt på research. "Vi ville komme med noget helt nyt, og således har vi plukket tingene helt i stykker, og genopbygget det i et nyt Loox-udtryk".

Kunden skal have en god behandling og ikke mindst en god oplevelse. At håndværket er i orden er naturligvis en forudsætning, men Lars Amann Eriksen mener også, at de små ting skal være i orden. "Feks. synes jeg, det er sjofelt at servere kaffe fra i morges i et papkrus med blå plastholder - og snavset i hjørnerne skal væk". Når en kunde træder ind i en Loox salon, kan han eller hun vente i et caféområde, ►

hvor der naturligvis står en maskine, der kværner de friske kaffebønner, før kaffen laves, der står kildevand og frugt, og der gøres brug af de moderne medier med bl.a. trådløst net. Salonerne er delt op med bl.a. en venteplads, en vaskeplads og en herrebetjening. "Mænd er lige så forfængelige som kvinder, men det er de færreste mænd, der synes, det er morsomt at blive klippet siddende mellem to kvinder, der taler om den seneste historie i Alt for Damerne. Vi giver mændene et lille frirum – et sted, hvor de kan være drenge".

Vaskepladserne er også afskærmede, netop for at give kunderne lidt privatliv, når de sidder med kur i håret, får massage eller andet. "Alle ved, det fedeste er at få vasket hår. Den oplevelse skruer vi derfor helt op for med mulighed for en fuld bodymassage i stolen. Hårvasken skal med andre ord være en større oplevelse end bare vand og sæbe". Derfor har Loox også valgt at samarbejde med Redken og Kérastase, som Lars Amann Eriksen mener lever op til de høje kvalitetskrav. En colourbar indrettes også, hvor frisøren kan begynde farvekonsultationen i ro og mag, tage en snak med kunden om farven, og hvor kunden ser, den blandes.

I det hele taget er kodeordet ro. Det skal være behageligt at være kunde i Loox, og der skal falde ro over såvel kunden som behandlingen. Faktisk kalder Lars Amann Eriksen Loox for en wellness-frisørsalon med en god, personlig betjening, og således kan der gives hovedbundsmassage, men også både håndmassage og massage af skuldre og nakke. "Vi vil 'linke' skønhed og hår sammen". Derfor indrettes der også en make-up forretning i forretningen, og planen er, at man eventuelt kan etablere samarbejde med en lokal kosmetolog om behandlinger. Salg af produkter skal der også sættes kraftigt på. "For ser man på salonerne med forretningsbriller, er der masser af muligheder, og det handler jo om at generere omsætning såvel som overskud".

EN INDRETNING I TOPKLASSE

Lars Amann Eriksen tror på, at man skal gøre tingene 100 pct. "80 pct. er ikke godt nok", siger han, og derfor har indretningen af Loox-salonerne "fået fuld skrue", som Lars Amann Eriksen selv siger det. Bl.a. er der opbygget rå stenvægge, der, som Lars Amann Eriksen medgiver, har fyldt meget i budgettet. Til gengæld er det lige det, der skaber prikken over 'et. Ellers er salonerne holdt i venlige, bløde naturfarver som sand, offwhite og nougat.

På produktsiden har man indgået et tæt samarbejde med L'Oréal Professionnel, og således er der sammensat et superstærkt program af såvel salon- som salgsvarer. Og Loox vil også benytte sig af L'Oréal Professionnels uddannelsesprogram. "Det harmonerer meget fint med vore tanker, og allerede nu har vi en rigtig god sparring med L'Oréal Professionnel – og et super samarbejde", fortæller Lars Amann Eriksen.

Når det gælder målgruppen, sættes der primært på hr. og fru Danmark, men den del af dem, der sætter pris på luksusprodukter og en god behandling til hverdagspris. "Målet er, at kunderne skal føle, de får noget for pengene, og at de går glade ud af butikken med en fornemmelse af at have tilbragt en rar time hos frisøren". Og kunderne skal ikke skræmmes væk af for elegant et udtryk eller for høje priser: De skal føle sig tilpas og have lyst til at komme igen.

Når det gælder antallet af Loox-salonere i Danmark, er målet at etablere godt 15 salonere frem til foråret 2010, og inden nytår 2009 lover Lars Amann Eriksen, at der er indrettet flere Loox salonere rundt omkring. "Vores mål er ikke at blive den største kæde, men at blive en kæde af salonere, der klarer sig godt og tjener gode penge. Men i princippet er der ingen begrænsninger på, hvor store vi kan blive. Går det godt, fortsætter vi!" ■



Sådan er indretningen i de kommende Loox saloner tænkt, og kodeordet er ro. Det skal være behageligt at være kunde i Loox.

Gør din salon levende og inspirerende med Mac



Den rigtige skærm til din salon og din Mac.

Citat: Alan Klimm: "Jeg har valgt Mac pga. det fantastiske design, fleksibiliteten og brugervenligheden"

En Mac er meget mere end bare en computer – den bliver hurtigt omdrejningspunktet i din salon - og så er den nemt at betjene.

Lad iTunes styre musikken i din salon, inspirer dine kunder via slideshows og film der viser de nyeste trends via fladskærme, boost salget med markedsføringsmateriale du selv har lavet eller ekspeder kunder vha. Hairtools. Mulighederne er uendelige med en Mac...

Konceptet er samtidig fuldstændig fleksibelt og kan skræddersys præcis til din virksomheds størrelse – uanset om I har et enkelt kasseapparat eller er en butikskæde, der har behov for et større informationsflow.

Prisen for en Mac starter ved kr. 7.999.

Du får mulighed for skærme og højttalere rundt omkring i butikken – alt sammen trådløst – og du kan styre alt – både lyd, billeder, film og kundebetjening – fra ét sted.

Kontakt os på 70 21 53 53 for yderligere information og kom ind og oplev vores spændende butiksløsninger.

Mac samarbejder med og understøtter Hairtools, som er frisørbranchens foretrukne edb-værktøj.



70215353 / www.humac.dk
 København: Vesterbrogade 12 / Gammel Markt 12 / Magasin (Kgs. Nytorv)
 Frederiksberg: Åboulevard 15 Odense: Vestergade 94 Århus: Fredens Torv 2
 Lyngby: Lyngby Hovedgade 19A Aalborg: Lille Nygade 8 Vejle: Søndertorv 2

humac