BOOSTWAYS

ACHT BEAUTYZAKEN EN WAT ER *écht* VERANDERDE

Geen ronde percentages, geen screenshots zonder context. Acht vrouwen, hun startcijfers, wat ze veranderden, en waar ze vandaag staan. Inclusief de stukken die pijn deden.

CASE STUDY GIDS · BOOSTWAYS · 2026

€45 → €125
van nagels per uur naar een minimumbehandeling

€7k → €30k
maandomzet, met drie mensen in dienst

€6k → €30k
recordmaand in een laserinstituut

€150 → €1.111
van losse dienst naar volledig traject

VOOR JE BEGINT

HET WERKTE WEL. HET KLOPTE NIET.

Elke vrouw in deze gids had een zaak die liep. Volle agenda, tevreden klanten, goede handen. En toch bleef er op het einde van de maand niets staan.

Dat is de meest frustrerende plek waar je als beautyspecialiste kan zitten. Want van buiten ziet alles er goed uit. Je bent volgeboekt, je klanten zijn blij, je werkt hard. Alleen: je verdient niet wat je zou moeten verdienen, en je hebt geen idee waarom.

Het antwoord is bijna nooit harder werken. Het is bijna altijd hetzelfde: **je drukste behandeling is je minst rendabele**. Je hebt jaren geleden een prijs gezet, die is meegegroeid met een euro hier en daar, en niemand heeft ooit met jou uitgerekend wat die behandeling je werkelijk kost in tijd, product en zaalkosten.

In deze gids staan acht vrouwen bij wie we die rekensom gemaakt hebben. Een nagelspecialiste die aan 45 euro per uur werkte. Een salon dat 7.000 euro per maand deed. Een laserinstituut op 6.000. Iemand die niet wist wat één behandeling haar kostte. En iemand die maanden van 30.000 euro draaide en toch niets overhield.

Wat ze gemeen hebben is niet hun aanbod of hun regio. Het is dat ze op een bepaald moment gestopt zijn met hopen dat het beter werd, en begonnen met rekenen.

HOE JE DEZE GIDS LEEST

PER ZAAK

Twee pagina's: waar ze stond, wat we deden, en de cijfers erbij.

DE CIJFERS

Komen uit de coachinggesprekken zelf, met toestemming van de ondernemers.

OOK HET LASTIGE

Waar het traag ging of eerst omzet kostte, staat het er ook in.

ZAAK 01 · SKIN CLINIC

RANI

Van nagels aan 45 euro per uur naar een minimum van 125 euro, en drie bedrijven

"Ik was constant aan het werk en ik verdiende er niets aan. Maar ik durfde niet stoppen met nagels, want dat was wat mijn klanten kwamen doen."



RANI · PASTELLE SKIN CLINIC

Toen Rani in 2023 bij ons startte, deed ze nagels. Veel nagels. Haar agenda zat weken vooruit vol en ze had een klantenbestand waar veel specialisten jaloers op zouden zijn. Op papier liep het goed.

Alleen: ze werkte aan **45 euro per uur**. En als je daar de producten aftrekt, de huur, de verwarming, de sociale bijdragen en de belastingen, blijft er zo goed als niets over. Ze had geen tijdsprobleem. Ze had een prijsprobleem. Haar dagen zaten vol met de dienst waar ze het minst aan verdiende, en daardoor was er geen ruimte voor de dienst waar ze wél iets aan zou verdienen.

Dat is de val waar bijna elke beautyspecialiste in trapt, en het is een logische val. Nagels zijn een instapdienst. Klanten komen makkelijk, ze komen vaak terug, en het voelt veilig om die kaart vol te houden. Maar zolang nagels in je aanbod staan, blijven mensen daarvoor boeken. Je agenda vult zich met wat het goedkoopst is, niet met wat het beste is.

Het moeilijkste gesprek dat we met haar hadden, ging dan ook niet over prijzen. Het ging over wat eruit moest. En dat is een gesprek dat bijna altijd tranen oplevert, want die klanten zijn geen nummers. Sommige komen al jaren. Je kent hun kinderen. Je weet wanneer ze een moeilijke periode doorgaan.

Wat we haar gevraagd hebben, is niet om die mensen te laten vallen. Het is om eerlijk te kijken naar de vraag: *als ik dit blijf doen, waar sta ik dan over vijf jaar?* Het antwoord was: op dezelfde plek, met vijf jaar meer versleten handen.

PASTELLE SKIN CLINIC pastelleskinclinic.be

We hebben haar aanbod opnieuw opgebouwd van onderaf. Elke behandeling doorgerekend: hoeveel minuten kost die werkelijk, inclusief opzetten en opruimen, wat gaat er aan product in, en wat blijft er dan per minuut over. Niet geschat, uitgerekend.

Onder die rekensom hebben we een **harde ondergrens** gelegd. Alles wat daaronder viel, ging eruit of ging omhoog. Nagels haalden die grens niet, en gingen dus uit de kaart. Niet in één keer, maar met een klantenstop voor nieuwe boekingen en een duidelijke termijn voor de bestaande.

Daarna kwam het stuk dat de meeste specialisten overslaan: iemand anders in de cabine krijgen. Want een prijs verhogen is één ding, maar zolang jij de enige bent die behandelt, blijft je omzet geplafonneerd op het aantal uren dat jij fysiek kan werken. Wij hebben eerst de prijszetting op een niveau gebracht dat een tweede en derde paar handen ook echt kan dragen, en pas daarna zijn we gaan aanwerven.

Vandaag begint haar kaart bij **125 euro**. Dat is haar goedkoopste behandeling, niet haar duurste. Ze heeft **drie mensen in dienst** die behandelingen doen, wat betekent dat de zaak omzet draait op momenten dat zij er zelf niet staat. En de klanten die ze vreesde te verliezen? Een deel is inderdaad weg. Het grootste deel niet. Wie 125 euro betaalt, kiest bewust voor jou, en die klant is loyaler dan wie kwam omdat je de goedkoopste in de buurt was.

EN TOEN KWAM DE REST

Dit is het stuk dat we bij Rani het mooiste vinden. Want zodra haar salon liep zonder dat zij er zelf in stond, had ze iets wat ze in 2023 niet had: **tijd en ruimte in haar hoofd**. Ze heeft zichzelf letterlijk vrijgespeeld uit haar eigen zaak.

Wat ze daarmee gedaan heeft, is twee andere bedrijven opbouwen. **DMT Beauty**, waar ze producten verkoopt aan collega's uit de sector. En **Mirai**, waarmee ze apparatuur verdeelt naar salons in heel het land. Drie bedrijven, waarvan er twee niet bestonden toen ze bij ons begon.

Kijk vandaag op haar site en je vindt geen woord over nagels of manicure meer. Wat er staat is huid, laser en permanente make-up, met een esthetisch arts die maandelijks langskomt. Het aanbod waar ze drie jaar geleden haar dagen mee vulde, bestaat niet meer. Dat is waar dit werk over gaat: niet meer verdienen in dezelfde cabine, maar uit die cabine stappen en zien wat er nog mogelijk is.

WAAR ZE STAAT

2023, BIJ DE START

€45 / uur

nagels, alles zelf, één zaak

→

VANDAAG

€125 minimum

plus twee bedrijven die er nog niet waren

- Drie teamleden in dienst
- DMT Beauty: verkoop naar collega's
- Nagels volledig uit het aanbod
- Mirai: apparatuur voor salons in heel het land

ZAAK 02 · SCHOONHEIDSINSTITUUT

HANAN

Tres Belle · van 7.000 euro per maand naar meer dan 30.000

"Groeien betekende in mijn hoofd meer avonden werken. En die avonden had ik niet meer."



HANAN · TRES BELLE

Hanan startte bij ons op **7.000 euro per maand**. Dat is een niveau waarop je zaak leeft, maar waarop jij niet echt leeft. Er komt genoeg binnen om de rekeningen te betalen en te weinig om iets op te bouwen. En elke maand begint opnieuw op nul.

Alles hing aan haar. De behandelingen, de boekingen, de aankopen, de socials, de vragen via WhatsApp om tien uur 's avonds. Zij was niet de zaakvoerder van haar salon, zij was het salon. En zoals bij bijna iedereen in die positie zag ze maar één weg naar meer omzet: meer uren maken.

Dat is precies de rekensom die niet klopt. Als je zaak op jouw uren draait, en jouw uren zijn vol, dan is je plafond bereikt. Harder werken levert dan geen groei op, het levert alleen uitputting op. En de meeste specialisten voelen dat plafond jaren voordat ze het benoemen.

Wij zijn dus niet begonnen bij marketing of bij zichtbaarheid. We zijn begonnen bij één vraag: wat laat een klant bij jou achter, en wat kost die klant je. Want zolang je dat niet weet, kan je nooit berekenen of een tweede paar handen rendabel is. En als je dat niet kan berekenen, durf je nooit aanwerven.

Daar zat bij Hanan ook de echte blokkade, en die was niet financieel. Het was de angst die elke goede specialiste heeft: *komt mijn klant nog terug als iemand anders haar behandelt?*

TRES BELLE Schoonheidsinstituut

Die angst voor de tweede paar handen los je niet op met een pep talk. Je lost hem op met een systeem. Een vaste manier van werken per behandeling, een onthaal dat altijd hetzelfde aanvoelt, een protocol dat iemand anders kan volgen zonder dat de klant het verschil merkt. Als de kwaliteit in een systeem zit in plaats van in jouw handen, is ze overdraagbaar.

Daarnaast hebben we de prijzen herrekend, en dat was niet cosmetisch. Een prijs die net rond komt als jij zelf behandelt, is verlieslatend zodra je er een loon bij moet betalen. Dat is de reden waarom zoveel salons hun eerste medewerkster weer moeten laten gaan: niet omdat die medewerkster niet goed was, maar omdat de prijszetting haar nooit kon dragen.

Pas toen die twee stonden, het systeem en de prijs, zijn we gaan aanwerven. Eerst één, daarna een tweede, daarna een derde. Elke keer met een duidelijke verwachting: hoeveel omzet moet dit uur opbrengen, en hoe volgen we dat op.

Vandaag heeft ze **drie teamleden in dienst** en draait de zaak **meer dan 30.000 euro per maand**. Ruim vier keer waar ze begon. Niet omdat ze vier keer harder werkt, maar omdat er vier keer meer uren verkocht worden aan een prijs die klopt. Zij werkt vandaag minder in de cabine dan drie jaar geleden.

En dat is uiteindelijk waar het over gaat. Niet dat cijfer van 30.000. Maar dat haar zaak niet meer stilvalt als zij een week ziek is.

WAAR ZE STAAT

BIJ DE START

€7.000

per maand, volledig op haar eigen uren

→

VANDAAG

€30.000+

per maand, met een team dat meedraait

- Drie teamleden in dienst
- Kwaliteit in een protocol, niet in haar handen
- Prijszetting die een loon kan dragen
- Ruim vier keer de startomzet

ZAAK 03 · DUURZAAM SCHOONHEIDSSALON

LIEZE

My Dear · van 12.000 naar meer dan 20.000 per maand, met drie teamleden

Ze draaide 14.000 euro per maand en wist niet wat één behandeling haar kostte.



LIEZE · MY DEAR

Die zin komt letterlijk uit onze eerste sessie. En het is de eerlijkste zin die een ondernemer kan zeggen, want negen op de tien weten het niet. Lieze draaide op dat moment **12.000 tot 14.000 euro per maand** met een prachtig salon, een scherpe positionering rond duurzaam en vegan, en een agenda die vol zat.

En ze had geen enkel zicht op haar marges. Dat is het ongemakkelijke van dit vak: je kan veertien duizend euro per maand draaien en niet weten welke van je behandelingen je geld kost.

Dat is geen nalatigheid, dat is hoe deze sector werkt. Je leert behandelen, je leert niet rekenen. Je zet een prijs op basis van wat de collega drie straten verder vraagt, je doet er af en toe een euro bij, en zo rol je jaren door. Tot je op een punt komt waar je merkt dat je harder werkt dan ooit en dat er niet meer overblijft.

Bij Lieze zat het probleem op twee plaatsen. Haar kaart was te breed: klanten wisten niet wat te kiezen, en als mensen twijfelen kiezen ze het goedkoopste. Dat vulde haar dagen met pedicures die per uur nauwelijks iets opbrachten. En haar prijzen waren nooit doorgerekend, dus ze wist niet welke behandeling haar geld kostte.

De pedicure was het duidelijkste voorbeeld. 49 euro voor iets dat afhankelijk van de voet dertig tot vijfenveertig minuten duurde. Uitgerekend kwam dat neer op ongeveer **56 euro per uur**, en bij driekwart van die klanten was er nog extra werk. Ze was met haar handen in de voeten van iemand anders aan een tarief waar ze zelf niet van kon leven.

MY DEAR my-dear-shop.be

We zijn begonnen bij de cijfers, en daarna bij de kaart. Haar aanbod is teruggebracht tot drie duidelijke categorieën met eigen namen, zodat een klant niet meer hoeft te kiezen tussen twaalf dingen die op elkaar lijken. Wie duidelijk kiest, kiest bijna nooit het goedkoopste.

Die drie categorieën staan er vandaag nog steeds, met de namen die we samen bedacht hebben. Op haar prijslijst lees je **My Little Treat aan 89 euro** als instapper, **Dear and Relaxed aan 130**, **My Glow Boost aan 145** voor huidverbetering en **My Skin Fusion aan 186** als premium. Een klant die twijfelt, twijfelt nu tussen niveaus in plaats van tussen twaalf losse dingen.

Daarnaast hebben we een nieuwe lijn ontwikkeld die past bij haar specialisatie: begeleide huidtrajecten met opvolging over meerdere weken. Doorgerekend komt dat uit op **131 euro per uur**, meer dan het dubbele van wat haar pedicures deden, met werk dat ze veel liever doet. Vandaag verkoopt ze die als **Visible Traject aan 450 euro** en **Visible Plus aan 630 euro**, plus verzorgingsboxen die lopen van 100 tot **640 euro**.

De pedicures zijn niet in één keer geschrapt. Er kwam een klantenstop voor nieuwe boekingen, de prijs ging omhoog, en de bestaande klanten kregen tijd. Precies zoals afgesproken staat de gewone pedicure nu op 45 euro en de gespecialiseerde op 57. Zo houd je je omzet recht terwijl je je aanbod verschuift.

En dan het stuk dat het verschil maakte: ze is niet alleen gebleven. Vandaag heeft ze **drie mensen in dienst** en draait de zaak **makkelijk boven de 20.000 euro per maand**. Met iemand in de cabine naast haar en iemand die haar marketing doet, is ze eindelijk uit het werk gestapt dat haar niet toebehoorde.

Maar het teken dat het echt werkt, is geen cijfer. Het is dat ze op een gewone werkdag tijd heeft om in haar tuin te staan. Dat is waar we naartoe werken: een zaak die geld verdient terwijl jij ook nog een leven hebt.

> *"Ja, maar ik ben gewoon ook al heel blij dat mijn prijzen wel correct zitten."*
>
> Lieze, nadat we haar nieuwe traject doorgerekend hadden

WAAR ZE STAAT

BIJ DE START

€12.000 – €14.000

per maand, alleen, geen zicht op marge per behandeling

→

VANDAAG

€20.000+

per maand, met drie teamleden

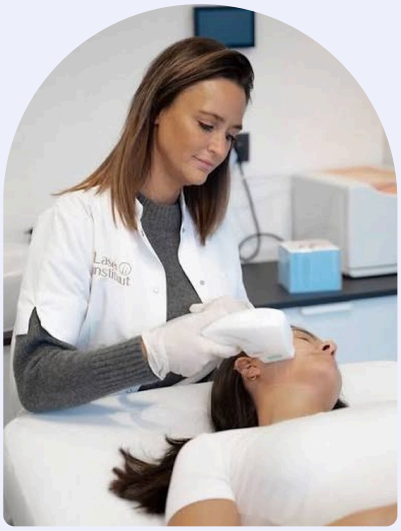
- Nieuw traject aan €131 per uur
- Pedicures in afbouw met klantenstop
- Kaart terug naar drie duidelijke categorieën
- Tijd voor haar tuin op een werkdag

ZAAK 04 · LASERINSTITUUT

MARIJKE

Limburg · van 6.000 euro per maand naar een recordmaand van 30.000

"Ik had honderden mailadressen van klanten liggen die nog nooit iets van mij gehoord hadden."



MARIJKE · LASERINSTITUUT

Marijke kwam van **6.000 euro per maand**. Ze had goede apparatuur, echte expertise en een klantenbestand dat groter was dan ze zelf besefte. Wat ze niet had, was een manier om die drie dingen aan elkaar te knopen.

Ze werkte pas een half jaar met een boekingssysteem. Daarvoor gingen afspraken via telefoon en berichtjes, wat betekent dat er van jaren klanten geen enkel spoor was. En de adressen die ze inmiddels wél had, waren nooit gebruikt. Nul mails. Nul acties. Honderden mensen die haar kenden, bij haar tevreden waren geweest, en nooit meer iets van haar hoorden.

Daarbovenop had ze vier merken door elkaar in de kast staan. Elk met een eigen verhaal, een eigen opleiding, een eigen prijslijst. Op het volledige gamma van haar hoofdmerk stonden precies vier klanten. Dat is geen productverkoop, dat is een dure voorraad.

Dit is een patroon dat we vaak zien bij specialisten die technisch heel sterk zijn. Je blijft investeren in kennis en in toestellen, omdat dat voelt als vooruitgang. En intussen blijft het commerciële deel liggen: je bestaande klanten, je opvolging, je aanbod duidelijk maken. Terwijl daar het geld ligt dat je al binnen hebt.

Er was dus geen probleem met haar handen. Er was een probleem met alles rond haar handen.

LASERINSTITUUT laserinstituut.be

Het eerste wat we deden was haar bestand activeren. Niet met een nieuwsbrief over het weer, maar met concrete acties naar mensen die al bij haar geweest waren. Dat is de goedkoopste omzet die bestaat: klanten die je al kent en die al vertrouwen hebben.

Daarna hebben we haar merken teruggebracht naar één duidelijke keuze. Vier verhalen tegelijk vertellen werkt niet, want je klant onthoudt er geen enkel. Eén merk, één verhaal, één prijslijst.

En toen kwam het stuk dat het scherpst laat zien wat een goede aanpak doet. Ze wilde een nieuwe laser aankopen. De meeste specialisten behandelen zo'n aankoop als een investering: je koopt het toestel, je zet het in je salon, en je hoopt dat klanten het vinden. Wij hebben het behandeld als een lancering. Prijszetting op basis van marge per minuut, een campagne, en een concrete actie naar haar eigen klanten *voordat* het toestel geleverd werd.

De afbetaling van dat toestel was **950 euro per maand**. Ze had dat bedrag in de **eerste week** terug. Zes weken later liepen de boekingen binnen via advertenties, met klanten uit heel Limburg die naar haar toe reden terwijl er dichter bij hen genoeg alternatieven zitten.

Haar maandomzet zit nu structureel **boven de 20.000 euro**, en in juni haalde ze voor het eerst **30.000 euro in één maand**. Vijf keer waar ze begon. De basisbehandelingen doet ze niet meer zelf: die zijn doorgegeven aan haar medewerkster, zodat haar eigen uren naar het werk gaan waar de marge zit.

Haar prijslijst staat vandaag online tot in detail, per zone, met combinatiepakketten van **120 tot 275 euro** die klanten aanzetten om meer zones tegelijk te doen. Haar HIFU-behandeling voor het volledige gelaat met hals staat op **499 euro**. Dat is geen salon dat prijzen verzint per klant, dat is een instituut met een systeem.

> *"Ik heb denk ik op één week had ik toch wel terug wat ik moest afbetalen."*
>
> Marijke, over de afbetaling van 950 euro per maand

WAAR ZE STAAT

BIJ DE START

€6.000

per maand, geen e-mailmarketing, vier merken door elkaar

→

RECORDMAAND JUNI

€30.000

voor het eerst, met structureel boven €20.000 per maand

- Vijf keer de startomzet in haar beste maand
- Klantenbestand geactiveerd na jaren stilstand
- Toestel van €950 per maand terug in één week
- Basisbehandelingen doorgegeven aan haar medewerkster

ZAAK 05 · SCHOONHEIDSSALON MET LASER

SEVERINE

Pure Shine · van 38 naar 120 euro per uur

"Die mensen komen al meer dan twintig jaar. Mijn hart ligt bij die mensen."



SEVERINE · PURE SHINE

Een pedicure van twee uur aan 70 euro. Uitgerekend is dat **38 euro per uur** netto opbrengst. Dat is geen zaak, dat is een hobby met klanten. En Severine wist dat eigenlijk wel. Ze had het zelf al een paar keer gedacht.

Wat haar tegenhield was niet de rekensom. Het was de mens achter de rekensom. Die klanten kwamen al twintig jaar. Ze kende hun verhalen. En ze zag heel concreet voor zich wat er zou gebeuren als ze nagels en pedicures uit haar kaart haalde: een lege agenda en een omzet die zakte.

Dat is de eerlijkste angst in deze sector, en het is een terechte angst. Want dat is precies wat er gebeurde.

Ze heeft het toch gedaan. Haar agenda liep leeg en haar omzet zakte, exact zoals ze vreesde. Dat is het stuk dat niemand graag in een case zet, maar het hoort erbij en je moet het weten voordat je eraan begint: **schrappen kost eerst iets**. Er zit altijd een dal tussen het oude model en het nieuwe.

Het verschil tussen wie door dat dal komt en wie terugkrabbelt, is of je vooraf weet dat het dal er is. Wie denkt dat schrappen onmiddellijk meer oplevert, geeft na zes weken op en zet de pedicures terug in de kaart. Wie weet dat er drie tot vier magere maanden komen, houdt vol.

PURE SHINE pureshine.be

In de ruimte die vrijkwam, hebben we de prijzen op **2 euro per minuut** gezet. Dat komt neer op **120 euro per uur**, tegenover de 38 waar ze op zat. En er kwam een behandeling van **295 euro** aan de kaart, want als je alleen goedkope opties aanbiedt, kan een klant die meer wil je niet meer geld geven.

Het tweede deel was verkoop, en dat is waar het echt kantelde. Severine deed wat bijna elke specialiste doet: wachten tot een klant iets vraagt. Je behandelt, je ziet perfect wat die huid nodig heeft, en je zegt niets omdat je niet opdringerig wil zijn.

We hebben dat omgedraaid. Zij begint het gesprek nu zelf. Ze legt uit wat ze ziet, wat er mogelijk is, en wat een traject van drie sessies zou doen. Geen verkooppraatje, gewoon haar vakkennis uitspreken in plaats van inhouden.

In één maand verkocht ze er **negen**. Van alle klanten die ze aansprak, stapte er **één** niet in, en die had een dochter die ziek was. Dat is geen verkooptalent. Dat is wat er gebeurt als een expert eindelijk zegt wat ze ziet.

Kijk vandaag op haar site en je vindt geen nagels en geen pedicures meer. Ze staat er als een high-end huidkliniek, met dermaplaning en microneedling rond de 195 euro en een maandelijks lidmaatschap voor wie vast klant wil blijven. Dat is niet alleen een andere prijslijst, dat is een andere zaak.

Wat ze zelf het meest zegt over die hele periode, gaat niet over de cijfers. Het gaat over het feit dat ze eindelijk gedaan heeft wat ze al jaren wist.

> *"Het is nog altijd de beste keuze wat ik gedaan heb en ik moest dat al veel vroeger gedaan hebben, maar door jullie team heb ik het dan durven doen."*
>
> Severine, over het schrappen van nagels en pedicures

WAAR ZE STAAT

VOOR

€38 / uur

netto opbrengst op een pedicure van twee uur

→

NA

€120 / uur

prijzen op €2 per minuut, met €295 als topbehandeling

- Nagels en pedicures uit het aanbod
- Eén klant op tien stapte niet in
- Negen trajecten verkocht in één maand
- Drie magere maanden overbrugd

ZAAK 06 · NAGEL- EN HUIDSALON

KELLY

Queen Seven · dezelfde 30.000 euro per maand, maar nu met winst

"Van buiten ziet iedereen een salon dat overloopt. En op het einde van de maand staat er niets."



KELLY · QUEEN SEVEN

Kelly is het bewijs dat omzet en winst twee volledig verschillende gesprekken zijn. Ze heeft **maanden van 30.000 euro** gedraaid. Nagels, gelaatsbehandelingen, laser, bodysculpting. Een agenda die overliep en een team dat draaide.

En op het einde van de maand bleef er niets staan.

Dat is een bijzonder eenzame plek om te zitten. Want iedereen om je heen ziet succes. Je collega's denken dat je binnenloopt, je klanten zien een vol salon, en jij zit met een rekening die niet meegroeit met je drukte. Op zo'n moment ga je twijfelen aan jezelf, terwijl het probleem in je cijfers zit.

Toen we haar behandelingen doorrekenden, kwam het eruit. Haar gelaatsbehandelingen liepen van **0,93 tot 1,54 euro winst per minuut**, en dat verdeeld over **vijf prijsniveaus** die niemand nog kon uitleggen. Ook zij niet.

En dan gebeurt er iets wiskundig onvermijdelijks: een klant die twijfelt tussen vijf opties kiest de goedkoopste. Dus haar drukste behandeling was precies die waar ze het minst aan verdiende. Ze was niet te weinig aan het verkopen. Ze was het verkeerde aan het verkopen.

QUEEN SEVEN queenseven.be

Vijf prijsniveaus terug naar **drie**. Een korte, een volledige en een uitgebreide. Zo helder dat een klant in tien seconden begrijpt wat het verschil is, en zo opgebouwd dat de middelste de logische keuze is.

Onder elke behandeling ligt nu een **harde ondergrens van 1,70 euro winst per minuut**. Niet omzet, winst: na product, na tijd, na zaalkosten. Alles wat die grens niet haalde, ging omhoog of ging eruit. Twee serums die geld kostten in plaats van opbrachten zijn uit het aanbod gehaald.

En dan het punt waarom Kelly in deze gids staat. Bij Rani en Severine gingen de nagels eruit. Bij Kelly zijn ze **gebleven**. Want als je die ondergrens toepast, blijkt dat nagels bij haar wél kloppen: **55 euro** voor een set waar ze **maximaal een half uur** aan bezig is. Dat haalt de norm ruim. Het gaat dus nooit over welke dienst je doet, het gaat over wat die dienst per minuut oplevert.

Daarnaast kwam er een kredietsysteem bij: pakketten waar klanten vooruit betalen, met een voordeel voor wie meer neemt, tot 825 euro. Dat verhoogt de waarde per klant en geeft haar cash vooruit in plaats van achteraf.

Haar omzet is niet gestegen. Ze draait **diezelfde 30.000 euro**, maar er blijft nu wél iets van over. Voor het eerst stond er **20.000 euro op haar rekening**: geld dat blijft staan in plaats van doorstromen. Dat is waarom we bij een volle agenda nooit beginnen met "hoe krijgen we meer klanten binnen". De juiste vraag is wat elke klant achterlaat.

> *"Ja, dat is echt wel te laag."*
>
> Kelly, geconfronteerd met 1,16 euro winst per minuut op een van haar drukste behandelingen

WAAR ZE STAAT

VOOR

€0,93 – €1,54

winst per minuut, over vijf onduidelijke prijsniveaus

→

NA

€1,70 / minuut

als harde ondergrens. Zelfde omzet van 30.000, voor het eerst 20.000 op de rekening.

- Vijf prijsniveaus terug naar drie
- Kredietpakketten tot €825
- Nagels blijven: €55 voor maximaal een half uur
- Verlieslatende producten uit de kaart

ZAAK 07 · BRIDAL STYLING & SKINCARE

BIRGIT

Atelje B · van 150 euro voor een make-up naar trajecten tot 1.111 euro

Ze had een fysiek salon waar ze ongelukkig van werd. Vandaag verkoopt ze geen make-up meer, maar trajecten.



BIRGIT · ATELJE B

Birgit begon waar veel beautyspecialisten beginnen: met een salon. Vier muren, een agenda, klanten die binnenkomen. Op papier is dat wat je hoort te willen. In de praktijk werd ze er ongelukkig van.

Dat is een moeilijk iets om toe te geven. Je hebt jaren gebouwd aan die zaak, je klanten zijn tevreden, en toch voelt elke dag als iets dat je moet doorkomen. De meeste mensen praten dat weg. Ze zeggen tegen zichzelf dat het een fase is, dat het beter wordt als de zomer voorbij is, dat ondernemen nu eenmaal hard is.

Ze deed voornamelijk bruidsstyling, en daar zat een tweede probleem. Voor een make-up rekende ze **150 euro**. Dat is wat de markt vraagt en wat een klant verwacht, dus daar denk je niet over na. Maar reken het eens door: die 150 euro dekt de make-up zelf, en niet de proefsessie, niet de voorbereiding, niet de heen-en-weer over de look, niet het vroege opstaan op de trouwdag.

En dan het echte lek in dat model: **een bruid zie je in principe één keer**. Je bouwt een vertrouwensband op in de meest emotionele periode van iemands leven, je levert perfect werk, en dan is het klaar. Elk jaar begin je opnieuw bij nul klanten. Er is geen terugkerende omzet, alleen een seizoen dat piekt en daarna stilvalt.

Haar eigen woorden over dat seizoen: *"als ik met coaching en zo zou willen doen, dan moet ik dat eigenlijk in de zomer al beginnen op te bouwen, en dan heb ik al geen fut en energie."*

ATELJE B ateljeb.be

Eerst het salon. We hebben niet geprobeerd het te redden. Als een zaak je energie kost in plaats van geeft, is de vraag niet hoe je haar rendabeler maakt, maar of ze in je leven hoort. Ze is weggegaan van dat fysieke salon.

Daarna hebben we haar aanbod volledig omgebouwd. Niet meer een make-up verkopen, maar een **traject**. Want dat is wat ze in werkelijkheid al leverde: een intake, een proefsessie, advies over huid, een plan voor de dag zelf, en de rust dat er iemand is die het overneemt. Dat zat allemaal al in die 150 euro, alleen zag niemand het, ook zij niet.

Vandaag staan er drie trajecten op haar site. **This or That** aan 555 euro voor haar of make-up. **Essentials** aan 999 euro voor beide, met skincare-intake, starterkit en een eigen bridal hub. En **Signature** aan **1.111 euro**, met stylingvoorstel, moodboard en een persoonlijke huidroutine. Bruidsmeisjes en familie zitten er los bij, met eigen tarieven.

En dan het stuk dat het seizoen doorbreekt: ze verkoopt nu **skincare-coaching en producten**. Een bruid komt binnen voor haar trouwdag en blijft klant voor haar huid. Dat is dezelfde klant, zonder extra marketing, met omzet die doorloopt in de maanden dat er niet getrouwd wordt.

Ze heeft ook iets geschrapt dat op papier goed leek. Ze had coachingtrajecten van drie en zes maanden getest voor collega's uit de sector. Die brachten geld op, maar zogen haar leeg. Dat gaat eruit.

En dat is precies het onderscheid dat we bij haar gemaakt hebben. Birgit doet vandaag **het werk dat haar energie geeft**, haar echte vak. Niet iets snel online zetten, geen makkelijk passief inkomen erbij verdienen omdat dat nu eenmaal gemakkelijk klinkt. Wat je opbrengt en wat je energie geeft moeten in dezelfde richting staan, anders houd je het niet vol, hoe rendabel het op papier ook lijkt.

WAAR ZE STAAT

VOOR

€150

voor een make-up, vanuit een salon waar ze ongelukkig van werd

→

VANDAAG

€555 – €1.111

drie bridal trajecten, met skincare als terugkerende lijn

- Fysiek salon achter zich gelaten
- Van losse dienst naar traject met intake en preview
- Skincare-coaching voor omzet buiten het seizoen
- Coachingtrajecten voor collega's bewust geschrapt

ZAAK 08 · SCHOONHEIDSINSTITUUT

KAREN

Gelaat en lichaam · van 6.000 per maand naar gemakkelijk tussen 15.000 en 20.000

"Al dat ik zo weinig? Ja, dat is niet veel." Het moment waarop ze zag hoeveel behandelingen ze eigenlijk nodig had.



KAREN · SCHOONHEIDSINSTITUUT

Karen begon bij ons op **6.000 tot 7.000 euro per maand**. Ze werkt alleen, gelaat en lichaam, huidverbetering en bodysculpting, en ze werkte **elke zaterdag**. Haar vraag was heel scherp gesteld: hoe kan ik meer verdienen zonder personeel aan te nemen en zonder in te boeten op kwaliteit of persoonlijk contact.

Dat is de vraag van iemand die al aan het rekenen is met uren in plaats van met marge. En het antwoord is niet wat de meeste mensen willen horen. Zonder team zit er een plafond op wat je kan schalen, punt. Dus wordt de vraag een andere: **hoeveel winst haal je uit één uur van jouw tijd**, en hoe krijg je dat cijfer omhoog.

Toen kwam de rekening die haar het hardst raakte. Ze had een comfortabel maandinkomen nodig van ongeveer 13.000 euro omzet. Haar duurste gelaatsbehandeling, de Diamond, staat op **275 euro**. Als je dat deelt, kom je uit op ongeveer **57 behandelingen per maand**. Dertien per week.

Haar reactie: *"Al dat ik zo weinig? Ja, dat is niet veel."*

Dat is het moment waarop het kantelt bij bijna iedereen. Niet omdat er een truc verteld wordt, maar omdat een doel dat jarenlang onbereikbaar voelde plots een aantal wordt dat je kan tekenen op een blad. Dertien behandelingen per week is geen droom, dat is een dinsdag en een woensdag.

SCHOONHEIDSINSTITUUT	Gelaat & lichaam

Drie dingen, en geen daarvan was een extra werkdag.

Productverkoop. Dat was een restpost van ongeveer 2.500 euro per maand. Vandaag zit ze rond de **5.000 euro per maand**, met haar eigen woorden: *"dubbel van vroeger"*. Dat is 2.500 euro extra per maand uit klanten die ze al behandelde, zonder één extra uur in de cabine.

Upsells die logisch aanvoelen. Ze bedacht zelf een décolletéverzorging van 45 euro bovenop een gelaatsbehandeling, en verkocht die aan bijna elke klant in de feestperiode. Haar reactie daarop zegt alles over waar haar zelfvertrouwen stond: *"eigenlijk ben ik toch niet slecht bezig."*

Een investering niet doen. Haar leverancier duwde een nieuw LPG-toestel van 1.000 euro per maand. Haar oude toestel was volledig afbetaald en dus pure winst. Wij hebben haar afgeraden het te kopen, en ze heeft dat gevolgd. Dat is duizend euro per maand die ze niet uitgeeft, en dat telt even hard mee als duizend euro die ze binnenhaalt.

Bij elkaar draait ze vandaag **gemakkelijk tussen de 15.000 en 20.000 euro per maand**, tegenover de 6.000 tot 7.000 waarmee ze begon. Nog steeds alleen, nog steeds zonder personeel. Precies wat ze gevraagd had.

Wat het meest zegt over waar ze staat, komt uit een sessie waarin ze schrok van een omzetprognose. Twee jaar eerder schrok ze van 8.000 euro op haar scherm. Nu schrok ze van **19.000**. Hetzelfde gevoel, een heel ander niveau.

> *"Ja, meestal maandelijks rond de vijf, wat dat dubbel is van vroeger."*
>
> Karen, over haar productverkoop per maand

WAAR ZE STAAT

BIJ DE START

€6.000 – €7.000

per maand, alleen, en elke zaterdag werken

→

NU

€15.000 – €20.000

per maand, nog steeds zonder personeel

- Productverkoop verdubbeld naar ± €5.000 per maand
- Zelfbedachte upsell van €45 die bijna altijd verkoopt
- Diamond gelaatsbehandeling op €275
- Toestel van €1.000 per maand níet gekocht

WAAR WE ALTIJD BEGINNEN

VIER INGREPEN, IN DEZE VOLGORDE

Bij elke zaak in deze gids liep het langs dezelfde vier stappen. Niet omdat het een formule is, maar omdat stap drie nooit werkt zonder stap één. Wie begint bij marketing terwijl de prijzen niet kloppen, verkoopt harder aan verlies.

1 · WAT KOST EEN KLANT JE	Prijs per minuut, kostprijs per behandeling, marge per dienst. Niet geschat, uitgerekend. Bij bijna elke beautyzaak zit hier de verrassing: je drukste behandeling is je minst rendabele, en dat is precies waarom je hard werkt zonder resultaat.
2 · WAT GAAT ERUIT	De behandeling die je agenda vult maar je rekening niet. Schrappen voelt eng en kost eerst omzet, soms drie tot vier maanden. Zonder die vrijgekomen ruimte kan je niet omhoog, want je uren zitten vast in werk waar je niets aan verdient.
3 · WAT KOMT ERBIJ	Een lijn met echte marge: een traject, een kuur, een pakket met opvolging. En een kaart die zo helder is dat een klant niet meer voor de goedkoopste optie kiest omdat ze het verschil niet begrijpt. Nieuw aanbod aan de juiste prijs, niet meer volk aan de oude prijs.
4 · WIE DOET HET	Iemand naast jou in de cabine, met een protocol dat de kwaliteit draagt en een prijszetting die een loon kan betalen. Plus targets per uur, zodat je weet of dat werkt. Anders hangt je groei opnieuw volledig aan jouw eigen handen, en dan zit je binnen twee jaar op hetzelfde plafond.

WAT ER TUSSENDOOR BINNENKOMT

BERICHTEN UIT DE GROEP

Geen testimonials die we gevraagd hebben. Dit zijn de berichten zoals ze binnenkwamen, op het moment dat het gebeurde.

EEN WEEK NA DE LEVERING VAN HAAR NIEUWE LASER



NA ÉÉN MAAND MET EEN CONCREET DOEL PER BEHANDELINGSLIJN



DE DAG VAN HAAR EERSTE ECHTE PRIJSVERHOGING



IN HUN EIGEN WOORDEN

WAT ZE ZELF SCHREVEN

LIEZE GOOS · SCHOONHEIDSSALON

Lieze Goos
1 review • 0 foto's

★★★★★ 2 uur geleden

Voor mij is de hands on academy echt een eye opener geweest. Enkel al uit de twee-daagse zijn zoveel inzichten gekomen! Ik ben elke dag naar huis gegaan met tonnen energie en nieuwe inzichten die ik vandaag nog elke dag voel in mijn zaak. Mijn omzet is enorm gestegen (wat ook energie geeft). Mijn visie over mijn zaak is ook sterker geworden dan ooit. Waar ik vroeger zoveel angsten over had kan ik nu gewoon relativeren en terug nuchter over nadenken. Ellen en Hannelore zijn een top duo. Het mentale waar Ellen mee helpt en het strategische van Hannelore maken het echt elke cent waard! Thanks voor alles :)

SOFIE TIMMERS · HUID UNIEK

Sofie Timmers
1 review · 1 foto

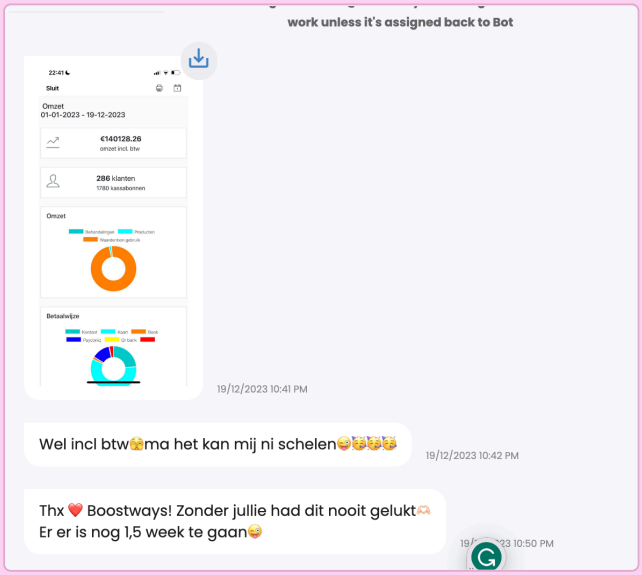
★★★★★ 4 dagen geleden NIEUW

In maart nam ik deel aan de Growcation voor Beauty's en wat hebben die 2 dagen mijn leven en onderneming al veranderd. Na de Growcation ben ik ook onmiddellijk in het opvolgtraject van 3 maanden gestapt. Ik heb niet alleen heel veel nieuwe inzichten gekregen, maar ook echt hoe je die inzichten kan gaan toepassen op je zaak. Ook het communitygevoel met de andere coachees is zo waardevol. Je helpt elkaar echt vooruit. Dank je wel Hannelore en Ellen!!!

WAAROM ZE BIJ ONS KWAM, IN HAAR EIGEN WOORDEN



JAAROMZET OP 19 DECEMBER: 286 KLANTEN, 1.780 KASSABONNEN, NEGENDUIZEND BOVEN VORIG JAAR



Wat ze allemaal zeggen, in verschillende woorden: het is niet de kennis die het verschil maakt, het is dat iemand naast je zit terwijl je de knoop doorhakt.

UIT HUN EIGEN KASSA EN HUN EIGEN GROEPSCHAT

DE CIJFERS DIE ZE STUURDEN

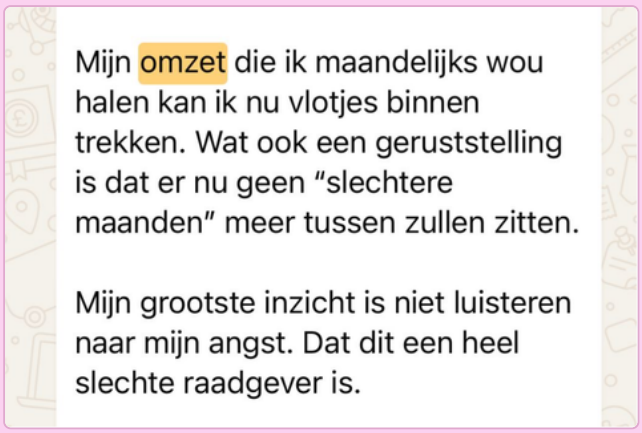
TWEE VROUWEN, DEZELFDE WEEK, HETZELFDE RESULTAAT



VIJF MAANDEN OP EEN RIJ, EXCLUSIEF BTW



OVER SLECHTE MAANDEN DIE VERDWENEN



KIMBERLY, OVER HAAR PRIJZEN



Dit is wat je erbij krijgt: een groep vrouwen die exact weten waar jij zit, en die hun cijfers met elkaar delen in plaats van erover te zwijgen.

NOG ÉÉN, UIT EEN ANDERE HOEK

SILKE

Kapsalon met team · break-even op 30.000, een jaar later 86.000

Werkt dit alleen in beauty? Nee. En dat is net het punt.



SILKE · KAPSALON

De rekensom achter een cabine is dezelfde als die achter een kappersstoel. Wat brengt een uur van jouw team op, en wat kost dat uur. Daarom deze laatste case, uit een andere sector, met het grootste cijferverschil van deze gids.

Silke draaide **30.000 tot 33.000 euro dienstenomzet per maand** en stond daarmee op break-even. De lonen slokten alles op. Haar eigen woorden bij de start: *"Kijk, slecht. Als ik maar 30 heb, dan... die lonen, dat kost mij al."*

Productverkoop was een restpost. Eén medewerkster verkocht **60 euro in twee dagen**. En het belangrijkste: er werd nergens op omzet per uur gestuurd. Dus niemand in het salon wist wie rendabel was en wie niet, inclusief Silke zelf. Je kan geen team aansturen op een cijfer dat niemand ziet.

Dat is een probleem dat je in elke zaak met personeel terugvindt, en het is zelden een kwestie van luie medewerkers. Het is een kwestie van onduidelijke verwachtingen. Als niemand weet dat een uur 120 euro moet opbrengen, dan brengt een uur op wat het toevallig opbrengt.

KAPSALON MET TEAM Regio Leuven

We hebben een uurtarief-norm op tafel gelegd en een dashboard gebouwd dat per medewerker toont wie die norm haalt. Zichtbaar, elke maand, voor iedereen. Dat verandert een gesprek over inzet in een gesprek over cijfers, en dat is een veel eerlijker gesprek voor beide kanten.

Prijzen zijn in twee rondes omhooggegaan, niet in één schok. Productverkoop werd een echte target met een bonusstructuur eraan, zodat het team er zelf voordeel bij had. En er kwam een tweede verdienlijn bij die er niet was: opleidingen voor collega's uit de sector, van idee naar eerste betalende editie in vier maanden.

Productverkoop doet nu **20.000 euro per maand**. Voor de context: topsalons in de sector zitten op 5.000 tot 7.000. De winst over het laatste boekjaar was **140.000 euro na belastingen**, en in het eerste kwartaal daarna alleen al **88.000 euro**.

Het cijfer dat het meest zegt, is echter niet de omzet. Het is dat dit gebeurde **met exact hetzelfde aantal mensen** als bij de start. Er is niemand bijgekomen. De groei kwam volledig uit prijzen, productverkoop en een nieuwe verdienlijn.

Dat is de kern van waarom dit ook in jouw zaak kan. Je hebt geen groter salon nodig, geen tweede vestiging en geen extra medewerkers om meer te verdienen. Je hebt een model nodig dat klopt.

WAAR ZE STAAT

BIJ DE START

€30.000

dienstenomzet per maand, op break-even

→

EEN JAAR LATER

€86.200

totale maandomzet. Recordmaand mét twee weken sluiting: €86.000.

- Winst laatste boekjaar: €140.000 na belastingen
- Team onveranderd, nog steeds vijf mensen
- Productverkoop: van €60 in twee dagen naar €20.000 per maand
- Nieuwe opleidingstak van nul naar betalend in vier maanden

VOLGENDE STAP

WEET JIJ WAT JE DRUKSTE BEHANDELING ÉCHT OPBRENGT?

Dat is waar elk van deze verhalen begon. Niet met een marketingplan, maar met de rekensom die niemand graag maakt. In **The Scale (Cl)Up** maken we die samen, en daarna bouwen we je zaak om zodat groeien niet langer meer uren betekent.

- Je aanbod en je prijzen doorgerekend tot op de minuut
- Wat eruit moet, en wat ervoor in de plaats komt
- Een team en een protocol die de kwaliteit dragen zonder jou
- Live begeleiding, duidelijke kaders en AI als tweede motor

Je hebt geen groter salon nodig om meer te verdienen. Je hebt een model nodig dat klopt.

BEKIJK THE SCALE (CL)UP

boostways.be
Hannelore Verheyen