

Maak van uw center een topwellness

TEKST : ANJA VAN DER BORGHT



Doc Payot

De Grobbendonkse Wim Vanacker, gevoelsmens in hart en nieren, kon nergens echt tot ontspanning komen en daar wilde hij zelf wat aan doen. In 2003 zegde hij zijn goedbetaalde job als Business Unit Director bij Siemens op om een gans nieuw avontuur aan te vangen. Na drie jaar van conceptualisatie en constructiewerken opende hij samen met zijn vrouw 'Nooz' in Grobbendonk; een bijzonder ontspanningscenter dat ondertussen al talrijke awards in ontvangst mocht nemen waaronder de prestigieuze Enterprize award voor het 'meest innovatieve concept'. Een belangrijke award want Veerle en Wim willen met hun vernieuwende concept uitgroeien tot de beste wellness van Europa op vlak van genieten. De ideale gesprekspartner dus om een resem tips over wellness te ontfutselen.



Doc Corrective Cosmetics

Doc Thalga

Allereerst moet je als (toekomstig) uitbater van een wellnesscenter een keuze maken: ofwel ga je voor kwaliteit ofwel ga je de commerciële toer op. De meesten zullen ongetwijfeld voor het laatste kiezen omdat het om hun broodwinning gaat. Bij Wim is dat niet het geval en daardoor kon hij zijn origineel concept tot in het kleinste detail doordrijven. "Een klant komt bij ons nooit te laat", zo vertelt Wim. "Heb je onverwacht in de file gestaan en kom je pakweg drie kwartier na afspraak toe dan krijg je in de meeste wellnesscentra te horen dat je behandelingssessie afgelopen is. Bovendien lukt het niet altijd om je nog elders

ingeboekt te krijgen. Resultaat: na de stress van het té laat komen, volgt een teleurgestelde en nog meer gestresseerde klant. Wij zijn zodanig georganiseerd dat we onze ganse agenda kunnen omgooien om die klant toch wanneer hij het wil zijn behandeling te geven. Het grote probleem met de markt is dat hij té commercieel is ingesteld en daar is de klant het slachtoffer van. De klant is eigenlijk een nummer en krijgt niet meer dan een 'vals' gevoel van genieten. Na zijn uurtje massage moet hij plaats maken voor de volgende klant terwijl hij op dat moment net wilde indommelen en nog wat op de behandeltafel blijven liggen. Daarom werken wij

met cocons en designpaviljoens die voor een halve dag, een ganse dag of langer ter beschikking staan van de klant. De klant krijgt zijn massage in zijn eigen ruimte en kan daardoor zo lang als hij wil blijven liggen. Omdat tijd krijgen een luxe is, kan je bij ons niets voor 1 of 2 uur huren, de klant blijft zolang hij wil. Eens hij uitgerust of 'uitgesnoezed' is neemt hij een drankje uit zijn privé-koelkast, gaat hij wat in zijn privé-tuin op een ligstoel uitrusten, ... Kortom, de klant en zijn beleving staan bij ons centraal en dat is waar het in een goede wellness allemaal om zou moeten draaien."



Doc Thalgo

Elimineer storende elementen

Ook in de cocons is alles weldoordacht? "Dat klopt", zo gaat Wim verder. "Belangrijk bij wellness behandelingen of massages is het elimineren van storende elementen die zorgen dat je het contact met de klant verliest. Ik denk daarbij concreet aan rammelende juwelen, een tikkende klok, of een klok tout court. Maar ook hot stone massages zijn minder efficiënt dan je op het eerste zicht zou vermoeden. Bij een hot stone massage krijgt de klant enkel een goed gevoel op het moment dat de hete stenen op

zijn lichaam worden gelegd en hij die warmte voelt. De stenen koelen evenwel snel af. Wanneer je als wellnesstherapeut de volgende stenen voorbereid, verlies je niet alleen het contact met de klant, hij gaat ook het 'koude' geluid horen van tegen elkaar tikkende stenen. De klant wordt hierdoor in zijn genieten gestoord waardoor zijn zintuigen weer worden geactiveerd. Maw de klant zal bij dit soort behandeling nooit optimaal kunnen genieten. Wanneer wij een klant een uur of anderhalf uur masseren dan gaat die zijn zintuigen op scherp zetten. Hij gaat zijn hersenen uitschakelen en vanuit het hart voelen. Je kan het een beetje vergelijken met een

computer die - wanneer je hem uitzet - niet meteen stilvalt maar eerst in 'shut down mode' gaat. De computer doet een safetycheck alvorens volledig af te sluiten en dat doen we als mens uiteindelijk ook. Onze zintuigen gaan alles één voor één controleren: is het hier warm genoeg? Ruiken de producten goed? Is er hier niks dat me stoort? Wanneer op al die vragen positief wordt geantwoord dan gaan de hersenen zichzelf uitschakelen en komen we in een 'snooz' fase, vandaar ook de naam van onze wellness. Maar dit terzijde."



Doc YanKa

Niet zomaar contact houden

“Contact bij de wellnessbehandeling of de massage is heel belangrijk”, zo gaat Wim verder. “Dat weet ondertussen elke wellnesstherapeut. Let er maar eens op. Als je stopt met masseren dan wordt de klant binnen de twee minuten wakker. Maar contact is niet zomaar je hand op iemands lichaam leggen. Wij houden ook rekening met het lichaam dat voor ons ligt. Welke rondingen en krommingen heeft het. Een ronding vraagt erom rond gemasseerd te worden en een rechte structuur moet recht bewerkt worden. Alle wellness-specialisten krijgen aangeleerd dat ze contact moeten houden met de klant maar er wordt niet gespecificeerd welk contact dat dan moet zijn. Wanneer ze van de ene kant van de massagetafel naar de andere kant bewegen, dan leggen ze hun hand op de onderrug van de klant. Ze maken dus een cirkelvormige beweging en draaien hun hand 360° op de rechte ruggegraat van de klant. Het gevoel dat de klant daarbij krijgt

is totaal verkeerd. Hou daarom contact door uw hand op de bips (een ronde lichaamsstructuur) te leggen wanneer u met een ronde beweging van tafelkant switcht.”

Klant is koning of toch niet?

“Bij ons komen mensen met hun partner, familie of vriendinnen alsook bedrijfsmensen puur om te genieten”, zo gaat Wim verder. “En genieten moet je privé kunnen doen, vandaar het concept van de cocons en de glazen paviljoenen. De cocons zijn kamers die bijvoorbeeld over een sofa en een haard beschikken voor een huiskamergevoel. De glazen paviljoenen zijn - zoals de naam al laat vermoeden - volledig in glas. Sterker nog, we hebben bewust geopteerd voor enkel glas zonder raamprofielen. We wilden nl. de natuur zo veel mogelijk naar binnen brengen zodat de klant in zijn paviljoen het gevoel kreeg van midden in de natuur te zitten. Massages in openlucht zijn het summum maar ook heel belangrijk bij massages is dat je de temperatuur

in de ruimte onder controle kan houden. Met ons wisselvallige weer zijn massages in openlucht niet evident. Voor je het weet passeren er enkele wolken tijdens de 1,5 uur durende massage en koelt het snel af. Vandaar ons systeem met paviljoenen waarin je de temperatuur perfect kan controleren. Bovendien is de klant in zo'n paviljoen koning, hij kan dus optimaal genieten. Wil hij naakt rondlopen in zijn paviljoen dan kan hij dat zonder dat iemand dat ziet. Hoor er voor hem een welbepaalde muziek bij 'genieten'? Geen probleem, dan kan hij zijn iPod in het docking station zetten. Toch betekent dit niet dat wij aan alle vragen van de klanten gevolg geven. Soms krijgen we wel eens de vraag van een klant om zijn schouders wat los te maken. Daar antwoorden we steevast negatief op omdat dat bij ons niet synoniem is met genieten. Om dergelijke problemen op te lossen, begeeft de klant zich beter naar een kinesist. Het is bij ons een beetje zoals genieten op restaurant. Je vraagt toch ook niet aan de maître d'hôtel om wat dieet advies.”

Niet zomaar masseren

“Begin niet zomaar te masseren”, gaat Wim verder. “Het is belangrijk om allereerst het vertrouwen van de klant te winnen. Daarom beginnen we met wat de klant als minst belangrijke of minst intieme delen ervaart: de benen. De buik zullen we bijvoorbeeld pas op het laatste doen. Masseren is bovendien een kunst, een performance die geen routine mag worden. Het personeel moet echt zijn ziel in de massage kunnen leggen. Daarom werken wij enkel met mature mensen en bijvoorbeeld nooit met stagiaires en hanteren wij een quotum van drie massages per dag per personeelslid. Bij ons masseert dus niemand fulltime. En wij geven ook bewust geen massages 's avonds omdat je dan enerzijds geen kwaliteit kan garanderen - de masseuse is misschien moe - en de klant niet genoeg kan nagenieten. De kans is immers groot dat de klant na de massage goed slaapt maar het ganse effect van de massage verloren gaat omdat hij er niet bewust van kan genieten.”

Productgewijs

“Vaak krijgen we ook de vraag, met welke producten we werken”, zo gaat Wim verder. “Daar communiceren we niet over. We werken wel met honderd procent natuurlijke producten maar met verschillende producenten. Dat is een heel bewuste keuze waar wellness therapeuten of schoonheidsspecialisten die een business opstarten goed over moeten nadenken. De valkuil is vooral het commerciële. Wie met één enkele fabrikant in zee gaat die krijgt daar heel wat extra's bij zoals bijvoorbeeld gratis of goedkope opleidingen maar daar tegenover staat vaak dat ze van jou een verkoper van producten maken. Daarnaast moet je dan als wellnesscenter ook voor het ganse pakket van die producent gaan. En daar knelt nu precies het schoentje want de ene producent is goed in modderpakkingen, de andere in producten op basis van essentiële oliën en nog een andere is gespecialiseerd in afslankbehandelingen. Wie voor kwaliteit gaat, die werkt met verschillende fabrikanten.”

Selectie van het personeel

“Ga bij de selectie van uw personeel niet over één nacht ijs”, zo gaat Wim verder. “Het zijn niet de looks van de masseuse die het hem zullen doen maar wel haar charismatisch vermogen, haar warme handen en haar manier van masseren of het toepassen van de behandelingen. Fungeer daarom eerst zelf als testpersoon alvorens u haar aanneemt. De eerste drie à vier minuten zijn voldoende om uw indruk te maken. Tijdens die eerste minuten moet u als klant het gevoel krijgen: 'die weet waarmee ze bezig is.' Vraag ook naar de motivatie van de persoon. Waarom wil je bij ons komen werken? Gaat het om een passie, ervaart die persoon masseren als een soort van roeping. Het doel mag niet louter 'geld verdienen' zijn.”

Op zoek naar inspiratie? Breng eens een bezoekje aan één van onderstaande spa's. Zij vormen een ware inspiratiebron inzake originaliteit, inrichting, service en kwaliteit.



Nooz : Wellness-consultancy

Bij Nooz kan u overnachten maar het is geen hotel, u kan er eten maar het is geen restaurant en u krijgt er hemelse massages, kunt er genieten in de sauna of in de 'Mystic water' maar het is geen wellness. Passie, beleving en natuur staan er centraal. Alle zintuigen worden op maat verwend waardoor het echt genieten is. Wim Vanacker biedt in de beautysector ook consultancy services aan om zijn kennis te delen. Wil u bijvoorbeeld eens een mystery guest voor een perfecte audit van uw personeel en/of massages? Zoekt u support ivm aanwervingen? Wil u consultancy in conceptontwikkeling, business plans, realisatie en/of marketing?

Info Nooz, Nachtegalendreef 40, 2280 Grobbendonk,
tel. 014-50.20.53, info@nooz.be, www.nooz.be

