

ICON Hairspa - Vi går imod strømmen

ICON Hairspa kan melde om en 20 pct. fremgang i en ellers hård tid. Samtidig er man netop flyttet til nye, større, lyse og venlige lokaler, og der er masser af nye projekter i støbeskeen. For "vi gør alt, hvad vi kan, for at hjælpe frisørerne", lyder det.



Anker Geertsen (t.v.) og Jan Christensen (t.h.) tror på, at leverer man kvalitet og et godt designet koncept, er det også muligt at tiltrække de gode frisører.

"Vi går imod strømmen, og derfor har vi haft fremgang hvert eneste år i de snart 10 år, vi har eksisteret". Sådan lyder det fra Jan Christensen og Anker Geertsen, der står bag ICON Hairspa. Således havde man en vækst sidste år på 20 pct., og man forventer det samme i år.



Vi sidder i det superflotte showroom i et helt nybygget domicil i Sorø, som ICON Hairspa flyttede til for kort tid siden. Ganske enkelt fordi man var vokset ud af de gamle lokaler. De nye lokaler er lyse og venlige, og her er plads til såvel kontoret, som til showroom, studie og ikke mindst lager.

"Vi har 3600 kvm. lagerplads og 600 kvm kontorer", fortæller Anker og Jan, og selv er de ikke i tvivl om, at en del af deres succes hænger



Lise Lotte Christensen står for den daglige kontakt til frisørerne.

sammen med det grønne koncept, man arbejder ud fra, samt det at man er et multibrandfirma. "Vi har otte brands foruden vores eget. Det betyder, at vi ikke er så afhængige af det enkelte brand, og dermed i højere grad har en frihed til at arbejde med tingene på en mere kreativ måde".

Således satser man nu kraftigt på eksporten med ZenzTherapy farver og produkter, hvor man foruden Danmark er inde i Sverige og Norge samt Holland, Belgien og endog i Australien, hvor man også har en distributør.

10 års jubilæum

ICON Hairspa kan fejre sit 10 års jubilæum i 2014, og siden begyndelsen har det handlet om produkter, der er miljøvenlige og økologiske og uden bl.a. parabener, ammoniak, PPD og resorcinol.

Siden 2004 har man haft en betydelig vækst i Danmark, og ifølge Anker og Jan har man taget en del markedsandele på hjemmemarkedet.



"Vi har 3600 kvm. lagerplads og 600 kvm kontorer", fortæller Anker og Jan.

"Netop derfor har udlandet også fået øje på os. Vi har vist, at vi både kan producere og distribuere professionelle produkter på højt plan". I fremtiden er målet, at halvdelen af omsætningen skal ligge på eksporten. "Det er vejen frem. Danmark er et lille land, så skal vi vækste yderligere, skal det være i udlandet".



Til januar lanceres en ZenzTherapy make-up serie, der skal sælges hos frisørerne, og hvor set-up'et er af en størrelse, de kan håndtere, og til foråret lanceres endnu et nyt, eget brand Organic Hairspa, i lækkert design, en fuld serie på 23 produkter; shampooer, conditioners og stylingprodukter samt hudpleje-produkter.

"Den nye serie er også økologisk, og planen er, at vi begynder med at lancere den herhjemme samt i Norge, for derefter at tage serien til vores øvrige eksportlande".

Til at tage sig af de mange brands, der efterhånden er i porteføljen, er der i dag 17 fuldtidsansatte hos ICON Hairspa samt seks freelance teknikere. I løbet af 2014 forventer man at ansætte yderligere to medarbejdere på salgssiden og hertil kommer, at man har valgt at have en fuldtidsgrafiker ansat i firmaet.



ICON Hairspa har deres eget showroom i Sorø.

Man må være med

Anker Geertsen og Jan Christensen mener, man er nødt til at være med, hvor det sker. Derfor er de repræsenteret i programmer som "Vild med dans" og i "Danmarks næste topmodel", ligesom de er med backstage ved tre-fire shows i forbindelse med Copenhagen Fashion Week. "Heldigvis

er stylerne meget glade for vores produkter. Vi arbejder bl.a. meget sammen med Marianne Jensen og Søren Hedegaard, ligesom vi arbejder en del sammen med Mugshot og Saco". Og Anker og Jan tror på, at leverer man kvalitet og et godt designet koncept, er det også muligt at tiltrække de gode frisører. "Samtidig er alle vore brands individuelle og frisørjede. De er altså ikke supermarkedsejede, men ejede af mennesker, der ved en masse om hår, og som lever og ånder for det".

Derfor tilbyder man også en del undervisning med såvel Tony&Guy som Kevin Murphy. Desuden har label.m/Tony&Guy sponsoreret London fashion Week og har, som den eneste produktserie nogensinde opnået, at man må bruge London fashion Week logoet på produktserien label.m.

Hjælper med videresalg

"Netop i vores bestræbelser på at gøre tingene anderledes, arbejder vi også en del på at hjælpe frisørerne med at sælge produkterne ud af



ICON Hairspa's showroom.

salonerne igen. Vi holder salgstræningskurser og motivationskurser for dem i salonen, hver 5. uge laver vi en massiv kampagne, så frisørerne faktisk har en mulighed for at have bedre priser på udvalgte produkter, end kunderne kan købe varerne til online, vi kører en salgsmotiverende indsats blandt frisørerne med flotte præmier som et weekendophold eller en Mulberry taske, og vores grafiker, der gerne laver skræddersyede løsninger, når det gælder markedsføringsmateriale til frisørerne", forklarer Jan og Anker, og de tilføjer: "kunderne sidder i salonen i flere timer. Den tid skal udnyttes, så det handler om at præsentere dem for spændende tilbud. I det hele taget prøver vi at hjælpe med videresalg og gøre en forskel".



Kevin Murphy produkterne som forhandles af ICON Hairspa

Anker og Jan kører også selv en del ud til kunder, for de mener, det er vigtigt hele tiden at have fingeren på pulsen og ikke mindst at høre kundernes feedback. Således udvikler man også hele tiden virksomheden, og man arbejder med en dynamisk brandportefølje. Det vil sige, der sagtens kan komme nye brands til. "Vi sørger for, at vore kunder kan

skifte brand, hvis de ønsker det, men forblive kunder i Icon Hairspa, og således søger vi heller ikke nye kunder men nye samarbejdspartnere. For et godt partnerskab er ét, hvor begge parter er tilfredse. Og så handler det ikke bare om at give rabat, men om at give tingene værdi, bl.a. i form af at hjælpe med videresalg".



Anker Geertsen

Med i mange år

Jan og Anker slår fast, at de begge to har været med i "gamet" i mange år. "Og vi har samlet al vores erfaring og skabt en virksomhed, som vi mener, den skal drives med en god kombination af egne og fremmede brands, danske og internationale, store og små".

Det, de går efter, når de vælger nye brands, er, at der er en historie og passion bag. "Alle mærker har gode produkter, men det er ikke alle, der har en god profil og en substans bag", lyder det. Således er det heller ikke for ingenting, at ICON Hairspa er blevet kåret til "Distributor of the year 2012/13" hos label.m.



Jan Christensen

Jan og Anker forventer sig også rigtig meget af 2014. "Det opsving, vi ser nu, fortsætter forhåbentlig. Men det kræver en indsats. I 2014 har vi jubilæum, og det bliver naturligvis fejret med store shows med bl.a. Tony&Guy og Saco samt en række seminarer. I 2014 vil vi bruge en del tid på eksporten, men vi vil vækste i tempi, hvor vi selv kan følge med. Nu har vi investeret i vores eget hus, og det er også en del af fremtiden". Og så slutter de to af med at slå fast, at det ikke handler om at fokusere på, hvad andre gør, men på hvad man selv kan gøre bedre.

"Skeler man til andre, så er det fordi man selv er nr. 8 eller 9 i rækken, og fordi man ikke fornyer sig. Ligger man i front, behøver man ikke følge andre end sig selv", er holdningen hos Icon Hairspa.

Tekst: Pia Finne
Foto: Peter Hartley
Denne artikel blev
udgivet i Hair Magazine
1. udgave 2014