



BRIGITTE MERCKELBACH UIT MAASTRICHT IS EEN ERVAREN, KRITISCHE SCHOONHEIDSSPECIALIST. ZE KIEST VOOR DE MEEST INNOVATIEVE APPARATUUR EN PRODUCTEN IN HAAR HIGHTECH BEAUTY-INSTITUUT BEAUX AESTHETICS. SINDS DIT VOORJAAR WERKT BRIGITTE MET EMERGINC, EEN MERK DAT HELEMAAL BIJ HAAR FILOSOFIE PAST.

13

BRIGITTE MERCKELBACH KIEST VOOR HIGHTECH EN NATUURZUIVER

De drukbezette Brigitte Merckelbach zit nog vol plannen voor de toekomst.



"Een vitaminesapje voor de huid", zo noemt Brigitte Merckelbach de emerginC-producten



"Een mooie mix van alle facetten van het beautyvak." Zo noemt schoonheidsspecialist Brigitte Merckelbach alle ervaringen die ze opdeed in haar leven. Veelzijdige ervaringen: ze studeerde chemie, behaalde een diploma in didactiek, schreef columns in glossys, deed de pr van een modeontwerper, gaf les en werd moeder van vijf kinderen. Sinds haar 23e werkt ze in de beautybranche. In 2003 betrok ze een prachtig pand aan de groene rand van Maastricht. Daar staat de klok even stil voor haar vele klanten. Ontspannen en vol nieuwe energie verlaten ze Beaux Aesthetics.

TIJD MAKEN

Brigitte is geen voorstander van de trend dat veel collega's alleen nog maar met apparaten werken: "Het moet snel, snel. De klant staat binnen een uur weer buiten. Zo wil ik niet werken. Mijn klanten willen verwend worden. Ze willen aandacht en vinden het fijn dat we tijd voor hen maken. Ze vragen ons bewust om massages. In de zomer zijn onze mintpakkingen bijvoorbeeld heel populair. Bij ons kunnen klanten hun eigen behandelmenu samenstellen. Voetmassage tijdens het masker of een hoofdhuidmassage? Een snelle lunchpauzebehandeling of een uitgebreide hot stonemassage? De klant bepaalt hoe háár moment eruit ziet. Zo onderscheid ik me van mijn collega's. Mijn klanten gaan helemaal ontspannen naar buiten. En dat zie je. Door een balans tussen uiterlijke en innerlijke schoonheid versterken we de persoonlijke uitstraling. Voor extra service werk ik samen met de nabijgelegen Eetkamer Saint Servais. Hier kunnen de klanten genieten van een gezonde lunch of een Beautyfull driegangendiner. Ook duobehandelingen zijn mogelijk. Ik heb nu drie dames die me bijstaan en soms een stagiair. We zijn altijd met z'n tweeën in de salon. Behalve als er een BN'er is. Die behandel ik zelf en dan zorg ik uiteraard voor privacy."

HIGHTECH

Ondanks haar grote aanbod aan massages, beperkt Brigitte zich niet tot manuele behandelingen: "Uiteraard staat in mijn salon ook de nieuwste apparatuur. In deze tijd vragen de klanten daarom. Zo bieden we permanent ontharen, bioskinjetting en microdermabrasie aan. Ik ben

heel enthousiast over Interceuticals: huidverjonging met zuurstof. We sluisen de zuurstof niet alleen in de huid in. We brengen zuurstof ook breder in de praktijk. Tijdens het beruchte 'inkakmomentje' rond een uur of vier kan het inhaleren van zuurstof je weer fit maken. Ook heel effectief tijdens het masker, na een avondje doorzakken of vlak voor een belangrijke ontmoeting." Beaux Aesthetics is met recht een hightech beauty instituut.

TESTPANEL

Om haar naam hoog te houden, is Brigitte altijd op zoek naar de nieuwste producten en methoden. Zo heeft ze de merken Dr. Schrammek en de huidverjongingsmethode Nannic in huis. Ze is een echte trendsetter, maar zéér kritisch. Zij bereidt zich grondig voor op haar keuzes. "Ik oriënteer me uiteraard eerst op beurzen, via de vakpers en internet. Dan bel ik of de firma langs wil komen. Doen ze dat niet, dan valt het merk direct af. Vervolgens probeer ik de producten persoonlijk uit. De volgende stap is mijn testpanel. Ik heb drie testklanten in de drie belangrijkste leeftijdscategorieën. Deze dames geef ik een gratis proefbehandeling. Enkele dagen na de behandeling vraag ik hen, onafhankelijk van elkaar, naar hun ervaringen. Hoe voelt de huid aan? Zien ze verschil? Was de behandeling prettig? Pas als zij enthousiast zijn én het verschil zien en voelen, ga ik met een merk in zee of schaf ik het apparaat aan. Consumenten zijn zeer goed geïnformeerd. Die laten zich echt niet bedotten. En ik ook niet. Ik heb al zoveel onzinfirma's hier gehad. Ik analyseer alle ingrediëntendeclaraties die hier binnenkomen. En als ik er zelf niet uitkomt, consulteer ik een biochemicus die voor mij de boel ontleedt. Het liefst kies ik voor FDA-proved apparatuur en producten. Die zware Amerikaanse keuring is voor mij echt een kwaliteitskenmerk. Ook let ik erg op kleurstoffen en vooral op parabenen. Die wil ik niet in mijn producten. Onlangs heeft een groep artsen berekend hoeveel vrouwen jaarlijks smeren aan body-, gezichts- en oogcrème. Dat kan meer dan een kilo zijn! En als je dan weet dat parabenen uit cosmetica in de bloedbaan terecht kunnen komen en mogelijk te herleiden zijn tot 20 verschillende tumoren, dan wil ik ze simpelweg niet gebruiken."



1 Hooggedoseerde serums zijn onmisbaar in de filosofie van emerginC.
 2 Caroline den Hollander begon Skinnovators uit enthousiasme over emerginC.
 3 Brigitte met haar assistente, dochter Maud van Hugten, voor het pand van Beaux Aesthetics.

VERHAAL VERTELLEN

Toen Brigitte las dat emerginC vrij is van kunstmatige kleur- en geurstoffen, synthetische conserveringsmiddelen, parabenen, minerale oliën en dierlijke ingrediënten, was ze heel nieuwsgierig: "Ik belde Bart Engel van Skinnovators om mij proefjes en de protocollen op te sturen. Hij stuurde direct een proefpakket om vrijblijvend uit te proberen. Zelf dacht ik al snel: Wauw, dit is écht anders. Het voelt als een vitaminesapje voor de huid. Het belangrijkste: mijn testpanel was laaiend enthousiast. Ze vonden het niet alleen heel 'lekker', hun huid zag er ook aantoonbaar frisser uit. Nu ben ik ermee aan het werk en het bevalt heel erg goed. We geven ontspannende manuele behandelingen met emerginC. Er zijn speciale mogelijkheden voor de aanpak van pigmentvlekjes, (vroegtijdige) veroudering, een vette/acne huid of rosacea. Bijzonder is dat ik eigenlijk geen 'serummens' ben. Zo heb ik mijn klanten ook niet opgevoed, maar emerginC werkt juist heel veel met serums. En we zijn allemaal óm. Zo zie je maar dat je moet blijven openstaan voor nieuwe dingen. Ook met dertig jaar ervaring." Brigitte geeft haar klanten veel uitleg over de behandelingen en producten: "Je moet je verhaal vertellen. Omdat ik zelf helemaal overtuigd ben van ons aanbod, kan ik anderen ook overtuigen. Zo geloof ik niet in superdure crèmes. Sommige merken zijn zó duur dat je van twee potjes crème al een facelift kunt betalen! De prijs-kwaliteitverhouding is dan zoek. Het is best lastig om verwende klanten van parfumeriemerken af te krijgen, maar met emerginC gaat het heel goed. Het valt hun vriendinnen op dat ze er zo fris uitzien en dan vertellen ze over emerginC. Ze komen terug bij mij en brengen nieuwe klanten naar de salon. Dat moet cosmetica doen!"

HC = GN + LTD + LST - HV

In 1996 kwam emerginC (spreek uit als het Engelse Emergency) in de Verenigde Staten op de markt met 20 procent vitamine C-serum. Het werd een succes en het merk groeide uit tot een lijn van actieve, geavanceerde cosmeceuticals en professionele behandelingen gericht op huidherstel, huidverbetering en anti-aging. EmerginC bevat uitsluitend vitaminen, anti-oxidanten, fruitzuren, mineralen, peptiden, enzymen en pure, botanische extracten in

hoge concentraties; waar mogelijk van natuurzuivere bron. Er worden alleen huideigen en/of natuuridentieke anti-age werkstoffen gebruikt. Sinds mei 2010 is het merk in Nederland verkrijgbaar via Skinnovators uit Amsterdam. Caroline den Hollander startte haar bedrijf Skinnovators omdat ze het syndroom van Ehlers-Danlos heeft. Haar lichaam maakt te weinig collageen aan. Jarenlang haalde ze emerginC voor eigen gebruik uit het buitenland. Samen met haar partner Bart Engel importeert ze sinds 2010 emerginC en sinds kort ook enkele andere merken. Caroline: "Mijn eigen enthousiasme voor emerginC is de basis van mijn bedrijf. Ik zou nooit mijn baan hebben opgeven voor een product waar ik niet achter kon staan." Caroline bedacht een mooie formule voor haar werk: huidconditie = genetica + leeftijd + leefstijl – huidverzorging. Ze legt uit: "Dit is even simpel als helder. Alleen op je leefstijl en verzorging kun je zelf invloed uitoefenen. Als je weet wat je doet, kun je echt een verschil maken. Onze merken zijn bedoeld voor professionals en mensen met een meer dan gemiddelde interesse in de huid, ingrediënten en hoe de huid te verzorgen. Op de site van Skinnovators staat dan ook een overzicht met de belangrijkste werkstoffen, hun werking en herkomst. In principe verkopen we emerginC alleen via instituten of day spa's met een winkel. Er moet altijd gediplomeerd personeel aanwezig zijn dat advies kan geven. Via internet is er een beperkte verkoop. De nadruk van onze site ligt op het bekend maken van het merk onder consumenten en de doorverwijzing naar de instituten."

VOOR MEER INFORMATIE:
WWW.BEAUX-AESTHETICS.NL
WWW.SKINNOVATORS.COM

NETWERKEN VOOR KANKERONDERZOEK

BRIGITTE MERCKELBACH IS EEN NETWERKER PURSANG. ZE GEBRUIKT HAAR VELE CONTACTEN ONDER ANDERE TEN GUNSTE VAN HET KANKERRESEARCH LABORATORIUM IN MAASTRICHT. HIER DOEN ZE ONDERZOEK NAAR IMMUNOTHERAPIE, DIE OP TERMIJN DE CHEMOTHERAPIE OVERBODIG MOET MAKEN. VOOR DIT LAB IS VEEL PARTICULIER GELD NODIG.



DAARNAAST ORGANISEERT ZE GOLFCLINIC-DINERS. VERDER NEEMT ZE HAAR KIWANIS-LEDEN MEE OP EEN RONDLEIDING DOOR HET LAB. BRIGITTE: "IK HEB VEEL KLANTEN DIE IETS VOOR MIJ KUNNEN BETEKENEN ALS IK UITLEG HOE BELANGRIJK HET LAB IS. EEN OP DE DRIE PERSONEN KRIJGT OOK MET KANKER TE MAKEN - DAN DOEN ZE SNEL MET ME