

Magic Mirror

Beschrijving

De *Magic Mirror* is een slimme spiegel die jou helpt bij het kiezen van je nieuwe haarstijl. Door de technologie die in en rondom de spiegel is verwerkt, wordt jouw hoofd, gezicht en haren herkend. Met deze gegevens creëert de spiegel opties voor een *fresh look*. Met behulp van sliders en checkboxes kun je de gekozen haarstijl nog wat aanpassen of personaliseren.

Op deze manier weet de kapper of kapster precies hoe jij je haar zou willen hebben.

De voordelen voor jou als eindgebruiker:

- Zie van tevoren hoe je haar eruit gaat zien
- Geen miscommunicatie met de kapper over hoe jij je haar wil
- Heel snel inspiratie voor een nieuwe look
- Advies over je haarstijl op basis van je soort haar (kleur, haardikte etc.)
- Advies over te gebruiken producten op basis van je haar(stijl)
- Sla je favoriete kapsels op voor de volgende keer

Wat levert het jou als kapperszaak op?

- Meer klantinteractie
- Meer (nieuwe) klanten
- Hogere knip prijs bij gebruik van de *Magic Mirror*

Waar onze spiegel ook voor gebruikt kan worden, is mensen ondersteunen bij het kiezen van een pruik. Denk hierbij aan kale mensen die gewoon een pruik willen dragen of zieke kinderen die geen haren hebben en een pruik nodig hebben.

Een mogelijke idee is om een app erbij te maken om onder andere je favoriete kapsels in op te slaan. Ook zou je je eigen haar profiel kunnen maken en zouden kappers zo meer informatie over hun klanten kunnen verzamelen. Dit kunnen wij ook zo verkopen aan kappers dat zij meer gegevens over hun klanten kunnen verzamelen. Op deze manier krijgen zij een beter beeld over hun eigen doelgroep en kunnen zij gericht producten of diensten aanbieden.

De spiegel zou niet alleen voor het haar kunnen worden gebruikt, maar ook voor dingen zoals make-up of misschien zelfs plastische chirurgie. Zodra we het idee verder gaan uitwerken en richting een prototype gaan, kunnen we kijken of dit binnen onze opties valt.

Wat is beter?

1. Alleen een app die je haarstijl opties kan geven die je kan laten zien aan de kapper

- Goedkoop
- Simpel
- Kost geen extra tijd bij de kapper

2. App waar jij je haarstijl in kan bepalen die gekoppeld aan een spiegel is zodat bij de kapper heel realistisch gezien kan worden hoe het eruit moet zien

- Duur
- Kan extra tijd kosten bij knipbeurt

Business Model Canvas ([link](#))

Doelgroep

Het bepalen van de juiste doelgroep is essentieel. Daarom bepaal je op wie je je gaat richten.

In eerste instantie zal onze doelgroep bestaan uit kapsalon zaken in Nederland. Daarnaast kunnen we ook kijken wat we kunnen betekenen voor kale mensen die graag haar willen hebben en hoe het eruit zou zien (pruiken of haartransplantatie). 12% van alle kappers zijn high-end kappers.

Bedrijven en vestigingen

In 2020 is in Nederland het aantal kapperszaken met 4,5% toegenomen. Momenteel (april 2021) staan in het Handelsregister van de Kamers van Koophandel 31.163 bedrijfsvestigingen in Nederland met als hoofdactiviteit "kapper" ingeschreven (SBI-code 96021), waarvan 29.911 als hoofdvestiging of zelfstandige vestiging. Hiervan zijn er meer dan 28 duizend economisch actief (minstens 15 uur per week werk). Van de bedrijven met medewerkers hebben er 1.400 een omzet van meer dan €175.000.

Aantal kappers

Volgens het CBS was in 2017 bijna de helft van alle kappers (49%) zelfstandig. Dit zijn 22 duizend kappers. De overige kappers in 2017 (23 duizend) wordt beschreven als werknemer. Aangezien wij een relatief duur product willen verkopen, moeten wij ons niet op de zelfstandige kappers focussen. 12% van alle kappers, zijn high-end kappers. Dit betekent dat er van de 23 duizend kappers nog 2760 overblijven

Gebruikers

Naast onze doelgroep die wij ons product willen aanbieden, moeten we ook rekening houden met alle gebruikers. De belangrijkste hiervan zullen bezoekers van kapsalons, kappers, kale mensen (pruiken, haartransplantatie). Het systeem moet gebruiksvriendelijk zijn, zodat iedereen het begrijpt. Uiteindelijk zal het beschikbaar moeten zijn voor zowel kinderen, als ouderen en alles ertussen.

Irritaties Kappers

1. Misverstanden over de wensen van de klant

Een nieuw kapsel kiezen is voor veel mensen erg lastig. Er zijn heel wat factoren om rekening mee te houden. Weet je klant eenmaal wat hij of zij wil, dan is het ook een kunst om het goed uit te leggen. Veel klanten komen aanzetten met vage termen en halve zinnen en hopen dat jij het dan wel begrijpt! Of ze beginnen in vaktermen te praten, maar weten eigenlijk niet precies wat deze termen inhouden. Jij gaat aan de slag met het idee dat je weet wat je klant wilt, maar uiteindelijk pakt het toch verkeerd uit! De schuldige? Dat ben jij natuurlijk! Misverstanden door een onduidelijke communicatie is vaak de nummer 1 frustratie onder kappers!

2. Inschattingsfouten door verkeerd beeld

Er neemt een man in trainingspak plaats in je stoel. Hij wil zijn haar, dat flink gegroeid is, weer mooi in model laten knippen. Je gaat vrolijk aan de slag en je vindt dat je mooi werk hebt afgeleverd. Een dag later staat deze klant strak in het pak in je salon en klaagt dat hij niet tevreden is over het kapsel. Het past niet bij zijn mooie pak en bij de hoge en representatieve functie die hij heeft binnen zijn succesvolle bedrijf. Als je deze informatie van tevoren had gekregen en je klant was komen opdagen in zijn zakelijke kleding, had dit probleem zich nooit voorgedaan. Zorg dat je weet wat je klanten willen, zodat je dit soort inschattingsfouten kunt voorkomen.

3. Teleurstellingen door voorbeelden uit tijdschriften

Als kapper kun je je klanten voorbeelden van kapsels in tijdschriften laten aanwijzen om duidelijk te maken wat ze graag willen. Een handig hulpmiddel, maar het kan ook tot teleurstellingen leiden. Pas

op dat mensen niet verwachten dat ze er precies hetzelfde uit komen te zien. Maak je klant vooraf duidelijk dat exact hetzelfde kapsel niet mogelijk is. Je klant heeft mogelijk een andere haarsoort; dikker of dunner, meer of minder slag, de kleur is niet exact hetzelfde, etc. Het kapsel zal er altijd anders uitzien. Daarbij zijn de modellen in tijdschriften opgemaakt door make-up artists, kledingstylisten hebben zich ermee bemoeid en fotografen hebben er alles aan gedaan om het model zo mooi mogelijk op de foto te zetten. Dan hebben we het nog niet eens gehad over Photoshop! Wil je jouw klanten het hele pakket kunnen aanbieden; denk dan eens aan het volgen van de Opleiding Make-up Artist.

4. Dit kapsel blijft ook niet lang in model!

Het ene kapsel vraagt meer onderhoud, dan het andere. Het kan gebeuren dat je klanten klagen dat hun kapsel niet lang in model blijft zitten en dat ze om de haverklap weer terug moeten komen. Zorg dat je klanten weten wat hun te wachten staat als ze bijvoorbeeld een hip kort kapsel willen. Om dit kapsel te behouden zullen ze om de paar weken terug moeten komen. Ook kapsels die om specifieke brushing technieken vragen, kunnen problemen opleveren. Je klanten ontdekken dat ze iedere dag veel te lang met stijltang en föhn in de weer moeten om hun kapsel in model te krijgen of ze missen de handigheid om dit zelf voor elkaar te krijgen. Of wat dacht je van een pony laten knippen? Een pony moet zeker om de 2 tot 3 weken bijgeknipt worden. Zorg dat je klanten weten hoeveel onderhoud sommige kapsels met zich meebrengen.

5. Mensen die ontevreden zijn met zichzelf

Als kapper krijg je er regelmatig mee te maken; mensen die onzeker en ontevreden zijn over zichzelf. Een grote frustratie voor kappers is dat deze mensen vaak van de kapper verwachten dat ze dit probleem wel even oplossen met het juiste kapsel. Het probleem is dat deze mensen zichzelf nooit echt mooi vinden. Je kunt als kapper deze mensen helpen om de kenmerken van hun gezicht die ze niet mooi vinden te camoufleren of door bepaalde mooie uiterlijke kenmerken juist te benadrukken. Onzekerheid zit veel dieper geworteld. Dit probleem kan je als kapper niet zomaar oplossen. Wil je meer inzicht krijgen in gedrag van mensen, wil je leren om je klanten beter te begrijpen en om beter met ze te kunnen communiceren, dan is deze Cursus Psychologie (basiskennis) een aanrader.

Ondanks deze veel voorkomende frustraties onder kappers, blijft het een ontzettend mooi vak. Wil je dit vak ook leren? Onze Kappersopleiding wordt gegeven door docenten met liefde voor hun vak en veel praktijkervaring!

30% van de klanten van nederlandse kapsalons kunnen gezien worden als vaste klanten, ze gaan niet naar een andere kapper en komen vaak 2x per maand langs. Veel al bestaande oplossingen voor kappers probeert dan ook dit statistiek op te verbeteren. een makkelijker reserverings systeem met accountinformatie of een klantenkaart voor het sparen van punten die dan weer in de kapsalon gebruikt kunnen worden. Ook zijn er aanbiedingen zoals de knipbeurt binnen 2 weken is voor de helft van de prijs.

<https://www.wellnessacademie.com/5-veelvoorkomende-frustraties-kappers/>

Waardepropositie

Wat is de onderscheidende of toegevoegde waarde die jij biedt aan de klant?

Voor het eerst kun je bij de kapper zien hoe jouw nieuwe kapsel eruit gaat zien zonder ook maar één haar te knippen. Door onze *magic mirror* heb je verschillende opties die je kunt bekijken hoe jij jouw haar wilt hebben. Het unieke hieraan is dat het een super realistisch beeld geeft van te voren hoe jouw haar eruit kan gaan zien, zodat je niet voor ongelukkige verrassingen komt te staan.

Tevens kun je de functionaliteiten van de spiegel nog veel verder uitbreiden om het bezoek naar de kapper zo soepel mogelijk te laten verlopen, door middel van camera's rondom de bezoeker kan de desbetreffende persoon in één oogopslag zijn kapsel van alle kanten bekijken.

Een andere optie zou zijn om een preview modus toe te voegen aan de spiegel. Als je deze activeert, kun je als bezoeker een rondje draaien op je stoel. Hiervan scant de spiegel je hoofd en krijg je beelden te zien hoe je hele kapsel (dus ook de achterkant) eruit ziet.

Een ander groot voordeel van de spiegel is dat gegevens van het laatste bezoek kunnen worden opgeslagen, gegevens zoals: De kleur, lengte en welke haarproducten de klant gebruikt waardoor het nog makkelijker wordt voor de kapper om advies op maat te geven over de beste manier om het haar te verzorgen. Deze haarproducten zou je tevens ook nog kunnen presenteren op de spiegel om de klant een visueel beeld te geven bij het product.

Wat belangrijk kan zijn, is dat wij duidelijk vermelden of we beeldmateriaal opnemen. In eerste instantie zal dat niet zo zijn en moeten we dus duidelijk vermelden dat er geen video of foto opnames worden gemaakt of opgeslagen. Mocht dit wel zo zijn, moet er toestemming worden gegeven door de klant/gebruiker.

Klantrelaties

Bekijk op welke manier je in contact staat met klanten. Als je een brede klantenkring hebt, maak dan een onderscheid tussen de wensen van deze klanten (afnemers die groot inkopen of een particulier die één product bestelt).

Door gebruik te maken van het model Direct Sales verkopen wij ons product "Magic Mirror" rechtstreeks aan onze klanten. Op deze manier zijn er geen overbodige tussenpersonen, winkels of andere partijen waar rekening mee gehouden moet worden. Hierdoor hebben we zelf alle controle over de verkoopcyclus. Daarnaast bespaart dit een hoop kosten en heeft het een positief effect op contact met de klant aangezien deze ook direct verloopt.

Het product wordt grotendeels verkocht via beurzen en deur-aan-deur verkoop. Daarnaast kunnen geïnteresseerden via de website offertes of bestellingen plaatsen. Om deze strategie toe te passen hebben we de mogelijkheid tot het opbouwen van persoonlijke relaties en ook eventueel de mogelijkheid tot up- en cross-selling.

Verder zijn wij bereikbaar via onze klantenservice (chat/bel support). Ook zijn wij te vinden op social media en kan er contact opgenomen worden via onze website.

Kanalen

In dit onderdeel van het Business Model Canvas vind je de (verkoop)kanalen waarmee je in contact komt met klanten. Hier beschrijf je onder meer de marketing- en distributiestrategie.

Potentiële klanten bestaan voornamelijk uit High-end kappers en barbier zaken, wiens prioriteiten liggen op service & kwaliteit. Om deze doelgroep te bereiken en naamsbekendheid te creëren gaan wij ons product onder de aandacht brengen door middel van het tentoonstellen op beurzen. Op deze manier wordt de Magic Mirror bekend binnen het netwerk van het hogere segment kapperszaken. Wanneer de doelgroep op de hoogte is van het nieuwe product zal mond op mond reclame een belangrijke rol spelen, zodat het als een lopend vuurtje alle kappers en barbiers op de hoogte wordt gebracht van de Magic Mirror.

Voorbeelden van beurzen waar potentiële klanten zich bevinden zijn:

- The Hair Xperience
- Beauty Trade special

Daarnaast zijn Pop-up stores een interessante manier om vraag en aanbod te creëren. Door op locaties te staan waar de klanten van onze doelgroep komen, kunnen we interesse opwekken bij deze klanten die vervolgens aan hun kappers/barbieren gaan vragen om deze service. Hierdoor zal Mond op Mond reclame ook een grote rol spelen aangezien voor deze strategie het belangrijk is dat de vraag groot wordt.

Ondertussen door het gebruik te maken van demo's op locatie worden klanten direct in verband gebracht met het product en de positieve effecten ervan.

<https://www.lightspeedhq.nl/blog/retailtrends-de-impact-van-de-pop-up-store/>

Social media

Een ander interessant kanaal wat we kunnen gebruiken voor onze marketing strategie is social media. Er zijn hierin verschillende die we kunnen gebruiken zoals: Instagram, Facebook, maar ook zeker TikTok.

TikTok

Het concept van TikTok is 15 seconden, snelle content verticale filmpjes waar je constant doorheen scrollt. Tijdens het scrollen zie je vaak producten langskomen die een met een reclame [tag]. We kunnen hiervoor een filmpje maken waarin we een demonstratie geven van de huidige werkwijze van een kapper en wat hier de valkuilen zijn, en waarom ons product dit voor hun moet gaan oplossen. Het gaat er hier niet om dat we specifiek kappers aanspreken, maar juist iedereen want iedereen moet uiteindelijk een keer naar de kapper. Er wordt vaak gepraat tussen de kapper en de klant tijdens de knipbeurt en dan kan het concept geopperd worden. Daarnaast als we in dit concept in het normaal krijgen dan gaat de materie heel snel rond.

Social media

Tevens kunnen we ook gebruik maken van Instagram en Facebook, het blijkt dat veel kappers een eigen account hebben om posts te maken over hun werk, als eigen marketing. De desbetreffende kappers kunnen we dan via een *direct message* benaderen om te vragen of ze het probleem dat wij hebben geconstateerd ervaren en of ze geïnteresseerd zijn in onze oplossing.

Anderzijds kunnen we ook op Instagram en Facebook advertenties plaatsen d.m.v 5 seconde filmpjes waarin we de uitwerking laten zien dus: Een persoon gaat zitten op de kappersstoel en ziet haar haar

veranderen in de spiegel daarna maakt ze gebruik van de spiegel door met hand gestures een ander kapsel te selecteren.

Inkomstenstromen

Het verdienmodel is een van de valkuilen van startende ondernemers. Het gaat erom dat je meerwaarde creëert, meestal geld, maar dit kan ook plezier of voldoening zijn.

We willen ons als bedrijf richten op verschillende vormen van inkomen, dit om risico's te spreiden en de financiële stabiliteit van een bedrijf te vergroten. Naast de hoofd inkomstenstroom van het verkopen van het product willen we ook diensten aanbieden om onze klanten op zoveel mogelijk manieren te hulp te staan en het gebruik van ons product zo gemakkelijk en vlekkeloos mogelijk te maken.

Verkoop producten:

Onze hoofd inkomstenstroom zal zijn het verkopen van fysieke producten. De producten die we gaan verkopen zullen varianten zijn van de magic mirror. De spiegel kan in verschillende standaard maten worden aangeschaft met een standaard behuizing. Ook kunnen de spiegels als custom worden aangevraagd met een uniek ontwerp voor een betere integratie met de salon.

Verkoop Diensten:

De secundaire inkomstenstroom zal zijn het verkopen van diensten, onder deze diensten zullen vallen:

- Installatie
- Onderhoud
- Reparatie
- Custom ontwerp

Licenties:

Mogelijk kunnen we ook onderdelen van de applicatie(Het aanmaken van klant accounts en het opslaan van de voorkeuren van klanten) verkopen in de vorm van een extra abonnement. Dit abonnement zal dan maandelijks, jaarlijks of voor een langere periode worden vastgelegd.

Hulpbronnen

Onder hulpbronnen worden de belangrijkste bedrijfsmiddelen verstaan, die nodig zijn om de waardepropositie te bewerkstelligen.

We hebben onze laptops nodig om een prototype te bouwen. Met behulp van tutorials op het internet kunnen we de software ontwikkelen. Verder kunnen we alle benodigde onderdelen bestellen.

Voor de daadwerkelijke productie van de *Magic Mirror* zullen we gaan kijken naar de mogelijkheden voor een partner. Hierover is meer te lezen onder het kopje Partners.

Kernactiviteiten

Wat zijn de belangrijkste kernactiviteiten van jouw bedrijf om de waardepropositie te creëren?

Huidige problemen bij kappers en hun klanten waar ons product een oplossing voor biedt zijn misverstanden, inschattingfouten, teleurstellingen door voorbeelden uit tijdschriften. Door precies te kunnen zien hoe een kapsel eruit moet komen te zien, weet de kapper beter hoe er geknipt moet worden en ziet de klant ook precies hoe het eindresultaat zou staan.

De benodigde software voor de spiegel zullen we zelf gaan ontwikkelen. De camera moet gekoppeld zijn aan het scherm, zodat er precies op het hoofd een kapsel geplaatst kan worden. Het kapsel moet er realistisch uitzien, wat ons product uniek maakt. Doordat de kapsels er zo realistisch uitzien, is ons product een luxe product. Elke kapper zou ons product willen aanschaffen.

Voor de software zullen we gebruik maken van Unity. Daarnaast zou het mogelijk zijn om ARToolKit te gebruiken als plugin. Unity biedt een brede ondersteuning voor verschillende platforms. Ook is er veel documentatie en zijn er veel tutorials beschikbaar.

Om het haar er realistisch uit te laten zien, zullen we kapsel in 3D moeten gaan maken. Deze 3D modellen kunnen we met Unity op een hoofd plaatsen door een facefilter te maken.

Met Unity kunnen we een gezicht *tracken* van een persoon. Hierdoor kunnen we bepalen waar iemand zijn haar begint op het hoofd. Hier kunnen we dan het 3D model van het haar plaatsen.

De volgende stappen zullen we moeten doorlopen:

- Een app die gezichten kan tracken. [2 dagen]
- Gebruik van externe camera voor AR mogelijk maken (1e prototype kan ook met laptop en webcam). [2 dagen]
- Haar simulatie in Unity. [3 dagen]
 - <https://github.com/Unity-Technologies/com.unity.demoteam.hair>
 - https://unity.com/demos/enemies?utm_source=youtube&utm_medium=social&utm_campaign=company_global_generalpromo_2022-08-11_hair-solution-youtube
 - <https://learn.unity.com/project/getting-started-with-hair-simulation>
- Uiteindelijk moet er op het scherm alleen het kapsel zichtbaar zijn op de juiste plek, zodat de gebruiker zichzelf alleen in de spiegel ziet die ervoor staat. [2 dagen]
- Mogelijkheid om te wisselen van kapsel/kleur. [3 dagen]

Verder moeten we van ons product een brand maken. We ontwikkelen een duur luxeproduct, dus dit moeten we ook uitstralen.

Als laatst is het belangrijk dat we ook de mogelijkheid bieden om gegevens te verzamelen van de klanten. Zo kunnen vaste klanten gaan zitten en krijgen ze gelijk hun vorige kapsel te zien. Wel hebben ze altijd nog de mogelijkheid om iets nieuws uit te proberen. Door deze gegevens kunnen we de verschillende haarstijlen en types koppelen aan het aanbevelen van verschillende producten zoals bijvoorbeeld haarverzorging.

Partners

Het geheel is meer dan de som der delen, luidt een oude wijsheid. Als startende ondernemer kan het soms handig zijn om met partners samen te werken om de concurrentie met anderen aan te gaan.

Het produceren van de hardware voor de Magic mirror kunnen we niet zelf, deze taak zullen we moeten uitbesteden aan een productie bedrijf. Zeker als er meer vraag ontstaat naar ons product is het belangrijk om een goede relatie te hebben met onze partners om zo de productieprijs per unit zo laag mogelijk te houden.

Buiten het produceren zullen we ook moeten gaan samenwerken met een partner voor het regelen van de installaties bij de klanten.

Kostenstructuur

Onderzoek hoe de kostenstructuur in jouw bedrijf in elkaar zit.

Uitgaande van een werkweek van 40 uur kom je uit op ongeveer 173 uur per maand. Het aanvangssalaris van een softwareontwikkelaar bedraagt meestal tussen de € 2.674 en € 3.531 bruto per maand. Gaan we hier in het midden zitten, komen we uit op ongeveer € 3.100 bruto per maand. Dit is omgerekend netto € 2558,51.

Vaste lasten

- | | |
|-------------------|---|
| - Pand huur | [n.v.t.] |
| - Gas/water/licht | [n.v.t.] |
| - Salaris | [n.v.t.] |
| - Belasting | [€? /mnd] afhankelijk van hoeveelheid verkoop |
| - Hypotheek | [n.v.t.] |
| - Software | [€50.000,-] |
| - Afschrijfkosten | [€66,50 /mnd] |
| - Overig | [€? /mnd] |

Marketing

- | | |
|-------------------|------------------|
| - Website/webshop | [€0,- /mnd] |
| - Domeinnaam | [€0,42 /mnd] |
| - Webhosting | [€0,83 /mnd] |
| - Beurzen | [€132,50 /mnd] |
| - Promotie | |

Productie

- | | |
|-------------------|----------------------|
| - Loonkosten | [€52,00 /spiegel] |
| - Materiaalkosten | [€859,64 /spiegel] |
| - Opslagkosten | [n.v.t.] |

Klantenservice

- | | |
|-------------|----------------|
| - Reparatie | [€53,- /mnd] |
| - Onderhoud | [€0 /mnd] |
| - Retouren | [€150 /mnd] |

KVK

- | | |
|---------------|--------------------|
| - Registratie | [€75,-] eenmalig |
|---------------|--------------------|

Verzekeringen

- Bedrijfsaansprakelijkheidsverzekering [€100 /mnd]

27.617 economisch actieve Kappers in nederland
12% richt zich op het hogere segment, deze kappers zijn gemiddeld 20% duurder
dan de gemiddelde nederlandse kapper.
schatting 3.000 turkse kappers

<https://www.anko.nl/data/data/rapportage-monitor-kerndata-kappers-editie-2021.pdf?sVersion=1655979833>

Mogelijk bruikbaar:

<https://magicmirror.builders/>

<https://www.youtube.com/watch?v=Cp1pDclcgK4>

<https://www.youtube.com/watch?v=RWjvJq4Zabk>

<https://www.marktdata.nl/categorieen/kappers>