

Intervju servicemedlem .



Elina Anttila, VD för Hudologi



Inger Brandt, Aukt. hudterapeut och Jan Anttila, marknad.

HUDOLOGI

by Britta

Resultat, hållbarhet och kunden i fokus. Hudologi är agenturen som lever och levererar hudvårdsprodukter och service som de lär. Med korta beslutsvägar och mycket hudvård och kompetens för pengarna, tillhandahåller Hudologi märket Dr.Belter som kombinerar innovativa och resultatintriktade produkter med ett modernt hållbarhetsperspektiv.

Text: Nathalie Koverman

Bakgrund

Lika självklar som by-linen by Britta i Hudologis logga är, lika självklart är det att berätta om Britta, Brittmarie Nilsson som grundade företaget 1982. Verksamheten som utgick från salongen Hudateljén i Östersund (som finns kvar, men med annan ägare och i ny regi) drevs med stort hjärta och engagemang och ett brinnande intresse för hälsa ur ett helhetsperspektiv. Britta var förutom hudterapeut till yrket, även homeopat och utbildad inom kinesisk medicin.

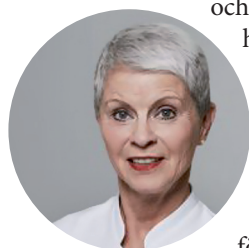
När Britta blev sjuk började dottern Elina Anttila att hjälpa till en dag i veckan. För Elina som vuxit upp med och även på sina föräldrars verksamhet var det en självklarhet. Efter faderns bortgång hjälpte hon till med fakturering och andra uppgifter som denne tidigare utfört. En dag i veckan blev två i takt med att modern blev sämre och till slut tog Elina ledigt på heltid för att finnas till hands för sin mamma, företaget och inte minst kunderna.

- Fastän företaget legat lågt ett tag och kunderna inte direkt fått någon aktiv kontakt, så fortsatte

ordrarna att trilla in. Min mamma hade knutit långvariga kundrelationer och kunderna var lojala, även när hon bara orkade packa och skicka de produkter de beställde till sina verksamheter. När hon gick bort satt jag med ett lager produkter i ett garage, men med många fina kunder och en man som var villig att sitta där i garaget med mig. Valet att fortsätta var självklart!

Elina och hennes man Jan behövde inte bli sittandes där i garaget, utan hittade en lokal i Tyresö nära hemmet där de kunde fortsätta arbetet. Inger Brandt, en av de första kunderna på Dr.Belter och god vän till Britta och familjen, var också villig att hjälpa till med sina kunskaper som hudterapeut och erfarenheter av branschen. Det var för ungefär två år sedan och var de skulle fortsätta, eller börja, visste de inte riktigt. Att de fått saker att hända är det dock ingen tvekan om, även om Elina behövde få det nedpräntat på papper för att faktiskt kunna se den egna bedriften.

- Det handlade om så många saker, stora och små, som lageruppbyggnad och ekonomisystem samtidigt som att vi till att börja med behövde ta fram





DR.BELTER
C O S M E T I C
P R O F E S S I O N A L C A R E C O N C E P T



”Dr.Belter är inget eko-märke utan ett högkvalitativt resultatnriktat märke med ett hållbarhetsperspektiv, som jag tycker är väldigt spännande och aktuellt.”

en långsiktig marknadsplan för hur vi skulle föra märket framåt och öka. Det behövdes nytt marknadsmaterial, ny profil för företaget, vi byggde en åf-webbplats, håller på med en produktsajt, insåg att vi behövde fota alla produkter för att det skulle se bra ut, vi saknade form för nyhetsbrev och broschyrer. Och allt det har vi gjort nu, och jobbar på, parallellt med det som självklart ändå är allra viktigast, som kundbesök, mässor och utbildningar.

Av alla avklarade punkter och i alla prestationer har Elina och hennes man Jan haft som ledstjärna att behålla kontakten, och lära känna kunderna. Samtidigt är målet så klart att hitta nya kunder i de delar av landet där Dr.Belter ännu inte finns. Att växa och att hitta långsiktiga samarbeten är det viktiga och på Hudologi vill man arbeta med och hjälpa kunden utifrån kundens förutsättningar. Här finns inga krav på att köpa in stora startpaket eller partier, utan kunden kan i lugn och ro bygga sin verksamhet kring de produkter som passar både befintlig ekonomi och tänkt målgrupp.

”Vi vet att det är du som hudterapeut som är expert på hudvård och därför säljs våra produkter endast via auktoriserade hudterapeuter”

De krav som ställs är att återförsäljare ska vara auktoriserade hudterapeuter och att de utbildas i produkterna de ska sälja. Med potenta produkter är det viktigt att känna sitt sortiment, både för att kunna garantera resultat och slutkundens säkerhet. Många återförsäljare uppskattar att produkterna

inte säljs på nätet och vi stannar upp en stund vid ämnet e-handel.

- Hudterapeutens yrke är fysiskt, du kan inte skicka en behandling på posten. Det är på salongen du får tillgång till alla kompetens och bästa möjliga resultat. Däremot måste man synas i bruset. Just nu lägger vi mycket energi på att bygga en informativ webbplats för vårt märke Dr.Belter med produktinformation för alla över 150 produkter. Den dag vi eventuellt väljer att finnas på nätet med e-handel gör vi det tillsammans med våra kunder och vi funderar på lösningar som gynnar märket, men framför allt återförsäljarna. Vi har gjort ett medvetet val att bara arbeta exklusivt med fysiska salonger för att Dr.Belter är ett avancerat professionellt märke.

För Elina, som har en bakgrund inom kommunikation och illustration, är just lyhördheten för utveckling påtaglig även om den alltid utgår från och förankras hos kunderna. Kompetensen inom grafisk kommunikation, som både hon och Janne har, har också varit till stor hjälp för att på ett kostnads- och tidseffektivt kunna ta fram nytt, uppdaterat och enhetligt marknadsmaterial.

- Just tidseffektivt kanske det inte kändes att ta nya och enhetliga bilder på drygt 150 produkter, berättar Elina skrattandes. Men min bror är fotograf och det lönade sig eftersom Tyskland gillade bilderna så mycket att de valde att köpa bilderna av oss!



Intervju servicemedlem .

Forts. föreg. sida



Reportage i den tyska tidningen för Dr.Belters kunder om Hudologi.

Elina fick på sina tidigare arbetsplatser alltid fin respons för sin förmåga att möta kundens behov och för sin tillförlitlighet. Servicemedvetenheten och kreativiteten kan ta sig olika uttryck i olika branscher, men kärnan är densamma och Elina har ett eget ord för det:

- **Kreativ** – det är ett nytt bra ord tycker jag. Det handlar om att få det gjort – inte bara att ha idéer. Precis så är det och såna är vi. För mig handlar ett uppdrag lika mycket om säker leverans på uttalad tid, som att ha bra idéer och passande lösningar.

Dr.Belter

Elinas VD-post innefattar även produktansvar. Den goda relationen med Dr. Clemens Belter, som vilar på ett mångårigt samarbete och även fin vänskap mellan mamma Britta och Clemens, har självklart skapat en insikt i hela produktionskedjan för de produkter Hudologi är agentur för i Sverige.

Dr. Clemens Belter, biokemist och grundare av Dr.Belter, är fortfarande högst involverad i produktutvecklingen. På anläggningen i Tyskland har man kontroll på hela kedjan, från tester av dermatologer till produktion och paketering. När delar i processen inte outsourcas ger det inte bara full kontroll, onödiga kostnader undviks också.

Märket har funnits i över 40 år och togs från början fram till Dr. Clemens Belters fru som hade på en hudvårdsskola. Även om tänket med ekologiska produkter inte var lika utbrett då, fanns en ursprunglig idé om ett naturligt och rent märke. Den idén har genomsyrat märkets utveckling och har arbetats fram till ett helhetskoncept, GreenTec, som inte bara i största möjliga mån väljer ekologiska och fair trade ingredienser ihop med de avancerade, utan som även innefattar att arbeta hållbart och långsiktigt med både människor och miljö och

GreenTec Concept

De senaste åren har Dr.Belter utvecklat konceptet GreenTec. Det betyder att ingredienserna i största möjliga mån är från ekologiska kontrollerade odlingar och att de kombineras på ett unikt sätt med innovativa promedicinska aktiva ingredienser. Produkterna är veganska och palmoljan byts ut mot andra alternativ. Många serier är redan GreenTec-märkta och arbete pågår med att alla serier så småningom ska få GreenTec-klassificeringen – resultatnriktade, rättvisa produkter med naturligt och ekologiskt innehåll i kombination med högpotenta komplex och avancerade patenterade ämnen.

Några av Elinas personliga favoriter är ampullerna:

- De är som nyttigt smågodis för huden, både i behandling och i försäljning till kund. Det stora utbudet av dem och våra fleecemasker (arkmasker) är det många av våra kunder som letat efter och nu funnit! Och så vår nya tre-steps-sheetmask att göra hemma förstås.



att samarbeta med organisationer såsom PLAN (www.plan-international.org/) för en hållbar och rättvis värld för barn. GreenTec innehåller inte heller några animaliska ämnen.

Även om Dr.Belters produkter ständigt syns under och utformas efter ett slags hållbarhets-lupp, är det resultaten som får återförsäljare och kunder i 35 länder världen över att välja produkterna.

Märket omfattar ett komplett sortiment med 11 produktserier och mer än 150 produkter för optimal och metodisk behandling av alla hudtyper och olika hudtillstånd för såväl professionella behandlingar som hemmabruk. Den breda variationen gör att många återförsäljare upplever att de klarar sig med ett enda märke, som de dessutom kan köpa delar ur sortimentet av, medan andra fastnar för behandlingsprodukternas stora utbud och kompletterar andra märken som just saknar behandlingsprodukter.

Alla serier innehåller minst 95-100% ingredienser av naturligt ursprung och är fria från mineraloljor, silikoner och parabener. I dagsläget är tre hela serier, och delar av de andra serierna, GreenTec-märkta och arbetet sker kontinuerligt. När Elina tog över för två år sedan var en serie färdig för märkning och redan då hade arbetet skett under flera år.

Den serie många börjar med och utgår ifrån är BioClassica som har avancerade och resultatinriktade produkter för alla hudtyper och som förutom GreenTec-märkning även är helt fri från syntetiska färgämnen och PEG. Den här helt vegansk och innehåller inte palmolja.

Företaget

Elina är VD för Hudologi och till hennes hjälp har hennes man Jan Anttila som främst arbetar med grafisk form, marknad- och kommunikationsfrågor.

- Vi träffades på ett tidigare arbete i hälsobranschen och hade den grunden, jag visste hur Jan var i sin yrkesroll och att det skulle fungera. Har man problem lämnar man dem hemma och har man en dålig dag kan man sitta och jobba tyst bakom varsin datorskärm! Men oftast har vi väldigt roligt.

Inger som är hudterapeutmästare finns också tillhands, utöver sin egen salongsverksamhet. Hon är en värdefull och viktig hjälp vid utbildningar, mässor och event, hon gör en del kundbesök och hjälper Elina med de mer avancerade hudvårdsfrågorna, som den expert hon är.

- Jag har känt Elina sedan hon var liten och för mig var det självklart att ställa upp när hon behövde hjälp. Jag har ju jobbat med Dr. Belter sedan det kom till Sverige och tycker att det är ett fantastiskt roligt och proffsigt märke att arbeta med. Det ger fina resultat och det finns så många valmöjligheter att man aldrig ledsnar, säger Inger.

Företaget har planer på större lokaler så fort som möjligt. Förutom att bygga vidare på de kontakter som finns och skapa nya kundkontakter, vill man helst samla det växande lagret och kontor på samma ställe med plats för utbildningar och möten.

- Det var någon som sa att vi är små, men tuffa. Kanske att det stämmer, säger Elina skrattandes. Envisa och målmedvetna skulle jag själv säga.

Något som är säkert är att Hudologis kunder kan vänta sig en långsiktig affärsrelation med snabb leverans, precis som märket Dr. Belter genomsyras av ett hållbarhetsperspektiv, men med snabba och synliga resultat på huden. För den hudterapeut som väljer att arbeta med Dr. Belters produkter blir behandlings- och produktutbudet brett och ger stora möjligheter att variera och skraddarsy professionella behandlingar och hudvårdsrutiner. Uppskattat och utvecklande för terapeuten, individanpassat och resultatinriktat för kunden!

Läs mer på: <https://www.hudologi.se/>



BIO-CLASSICA

LINE »N«

För ungdomlig hy

BIO-CLASSICA

Anti-age med silkesprotein för alla hudtyper

SENSI-BEL

Mild serie för känslig hy och ytliga kärl

STIMULA®

Lyxig anti-aging för mogen hy

BEL-ENERGEN

Avancerad anti-aging för alla åldrar

OCULA®

För känslig hy runt ögonen

LINE »A«

För problemhy och akne

SAMTEA® BODY&BALANCE

Heltäckande kroppsvård

INTENSA®

Specialprodukter för ansikte och kropp

INTENSA® – MASKER

Ansiktsmasker

INTENSA® – AMPULLPROGRAM

Ampuller

INTENSA® – MED

Kemisk peeling med fruktsyror

SUN

Solkrämer och After Sun

MAN

För den manliga huden

DR.BELTER ACCESSOARER

Tillbehör och salongsutrustning