



Udo Springer, de nieuwe CEO bij alessandro International, kent de cosmetica industrie. Hij was manager bij L'Oréal in Polen, Zwitserland, Duitsland en Benelux.

Interview met Udo Springer

Udo Springer is de nieuwe man aan het hoofd van alessandro International. In zijn nieuwe rol wenst hij zich te richten op een sterkere focus op innovatie en dienstverlening.

verschillende verkoopkanalen. Om te kunnen voldoen aan de eisen van de groeiende markt, worden spectaculaire productinnovaties en diensten afgestemd op de professional en de consument. De missie "Beautiful nails for everyone" inspireert niet alleen bestaande partners en klanten, maar ook de aanstormende nailmania generaties dankzij de trendy High Nail Couture.

Wat is volgens u de belangrijkste trend waar alessandro rekening mee zal moeten houden?

In dit tijdperk van globalisering en digitalisering is het belangrijk om een focus te hebben en duidelijke kerncompetenties voorop te stellen. Consumenten zijn aandachtiger en kopen enkel een authentiek en geloofwaardig verhaal. In dit opzicht heeft alessandro een duidelijk voordeel dankzij de historie van het merk, de gekende kwaliteit en het leiderschap op de markt. Sleutelbegrippen zoals veiligheid, levensstijl, geschiktheid, diversiteit en fascinatie zijn beslissend bij het presenteren van nieuwe en moderne producten. Deze ambitieuze doelstellingen dienen als richtlijnen voor het uitbreiden van nieuwe productcategorieën met succesvolle innovaties. Tegelijkertijd moet verkoop in het salon en online verkoop met elkaar op een consistente manier verbonden zijn. Traditionele verkoop zal altijd belangrijk zijn omwille van de beleving en het individueel klantenadvies. Maar toch zal de communicatie met betrekking tot globale emoties, lifestyle topics en trends enkel via online media verlopen. Ons doel is de consument te verrassen, te inspireren en te overtuigen op lange termijn.

Wat was de eerste indruk van deze nieuwe sector voor u?

Wel, eigenlijk is deze sector niet echt nieuw voor mij. Dankzij mijn 30 jaar lange 'beauty carrière' ken ik de sector al lange tijd.

Wat trekt u het meest aan in uw nieuwe job?

Als Managing Director zie ik veel potentieel in de toekomst van alessandro. Het internationaal bekend Duits cosmeticamerk is innovierend en biedt enorme mogelijkheden dankzij de eigen productontwikkeling en de distributiekkanalen. Voor mij persoonlijk ligt de focus ook steeds op de relaties tussen mensen: het draait allemaal rond service, training, contact en feedback - rond de interactie tussen alessandro, verkooppartners en consumenten.

Waarvoor staat het merk alessandro International?

alessandro International staat traditioneel voor creatieve innovaties voor mooie nagels. Toen Silvia Troska het bedrijf oprichtte in 1989, bracht zij revolutionaire gels op de markt die geen zuren bevatten in een mooie diversiteit aan kleuren die alessandro International tot vandaag nog steeds kent. alessandro is een topmerk bij professionals en toont hoe een merk succesvol kan groeien met innovaties en

Wat zijn de uitdagingen voor de toekomst?

De grootste uitdaging is het marktvoordeel dat alessandro op de Duitstalige markt heeft te beschermen en uit te breiden. Om dit te doen, moet het potentieel van het merk geëxploiteerd en vermenigvuldigd worden op international niveau. Om het aantal nagelstudios, schoonheidsinstituten en consumenten te verhogen, wordt er continue gewerkt aan innovatie omdat de vraag uiteindelijk afhangt van het aanbod. Het is ook belangrijk de aantrekkelijkheid en de dienstverlening van de nagelstudio te verhogen zodat de nailmania naar de volgende generatie kan overgebracht worden.

Aan welke innovaties wordt momenteel gewerkt die van invloed zijn op de nagelstyliste?

Als ik je dat vertel, zou het geen 'innovatie' meer zijn. Laat het wel duidelijk zijn dat we enkele spectaculaire innovaties plannen op de markt van de kleuren (beter en sneller) en enkele belangrijke herlanceringen in sculpting (eenvoudiger en veiliger)

alessandro International wordt in België exclusief verdeeld door Neolabo (www.neolabo.be)

