



Binder Géza
és Perger Gabriella

FOTÓ: ORBITAL STRANGERS

Fapados fodrászat

Perger Gabriella és Binder Géza egy gazdasági válság generálta ötletből pár év alatt felépítették a legnagyobb magyarországi fodrászati láncot. A villámgyors növekedés kis híján bedöntötte a vállalkozást, de sikeresen kezelték a krízist, és már a külföldi terjeszkedés is felmerült. A BioHair története.

ÍRTA: FABÓK BÁLINT

2010 februárjában alma-jelmezes hoszteszek lepték el a Szent István körút környékét. Két héten át almát osztogattak és egy hamarosan nyíló fodrászszalont ismertető szórólapot. Még a szomszédos török étteremben is megjelentek almáikkal. Mindössze ennyi marketing előzte meg az időközben a legnagyobb magyar fodrászati láncává bővülő BioHair első szalonjának megnyitását.

Az almaosztás ötletgazdája az egyik tulaj-

donos, Perger Gabriella volt, aki 13 éven át dolgozott a L'Oréal fodrászati üzletágánál, utoljára mint marketingigazgató. Első vállalkozásába 2000-ben vágott bele, amikor – eredetileg lakásfelújításra félretett három millió forinttal – beszállt fodrász ismerőse, Binder Géza újlipótvárosi szalonjának bővítésébe.

A hatvani származású Binder Géza eredeti szakmája mozdonyserelő, de Budapestre kerülve dolgozott színházban, fitnessteremben és szállodában is, ezután kötött ki a fodrászat-

**PERGER ÉS BINDER
BH KERESKEDELM
ÉS SZOLGÁLTATÓ KFT.**

**TULAJDONOSOK:
Binder Géza
és Perger
Gabriella
(50-50%)**

**ALAPÍTÁS ÉVE:
2011**

**ÁRBEVÉTEL /
ADÓZOTT EREDMÉNY
(MILLIÓ FORINT)**
2012:

93 / 0,6

2013:

107 / 8

2014:

133 / 8

**2015 (ELŐZETES)
ÁRBEVÉTEL
(MILLIÓ FORINT)**

180

**ALKALMAZOTTAK
SZÁMA
(partnerekkel együtt):
600 fő**

nál. „Beleszerelmesedtem ebbe a szakmába, még karácsonyra is hajvágós videókat kértem a szüleimtől” – mondja. Binder akkor ismerte meg Perger Gabriellát, amikor bemutatófodrász lett a L'Oréalnál.

A VILLÁMGYORS NÖVEKEDÉS MAJDNEM ÖSSZEROPPANTOTTA A CÉGET.

A közösen tulajdonolt Binder Art szépségszalón eleinte jól ment, de a válság miatt jelentősen megcsappant a felsőbb rétegeket kiszolgáló üzlet forgalma. Gabriella ekkor a L'Oréal otthagya már csak a Binder Artban dolgozott, és mivel férjének a zuhanórepülésbe kezdő építőiparban volt vállalkozása, bepánikolt. Éjszakákon át gondolkodott, milyen alternatív modellel vészelhetnék át a válságot. A megoldást egy olcsó, flexibilis, egészséges alapanyagokat használó, igényes környezetű szalonban látta, amely – az eliten kívül – mindenkinek tud nyújtani valamit.

Így nyitották meg Binder Gézával 2010 februárjában az almákkal promózott Szent István körúti szalont. Az új szalon mindössze két sarokra nyílt meg a Binder Arttól, hogy Gabriella bármikor át tudjon menni tanácsért Gézához, aki a lecsökkent kereslet ellenére tovább működtette üzletét. A két üzlet között azonban nem volt átfedés, célcsoportjuk is teljesen más volt. A Binder Artnál egy vendég átlagosan 22 ezer forintot hagyott ott, a BioHairnél mindössze 2200-at, ami jól tükrözi, hogy mennyire komolyan vették a válság által átszabott igények kiszolgálását.

A BioHairnél újdonság volt, hogy nincs bejelentkezés, rövid a várakozási idő, hosszú a nyitvatartás, és amellet, hogy olcsó szolgáltatásokat kínálnak, a kihelyezett hajszárítóknak köszönhetően mosás és szárítás nélkül is lehet vágást kérni. Nyitáskor még úgy tervezték, hogy decemberben arról kell majd dönteniük, egyáltalán működtessék-e tovább a szalont. Ezt napi negyven vendéghez kötötték, de az már az első nap összejött, és decemberben franchise-partnereik révén már tizenkét üzletük volt. Első

szalonjuk indítása hatmillió forintba került, a befektetés egy év alatt megtérült.

„Rögtön megérezttem, hogy piaci résre bukkantam. Azt is tudtam, hogy nagyon gyorsan el kell kezdenünk terjeszkedni, mielőtt más is rájön erre” – mondja Perger Gabriella, akit külföldi tapasztalatai is segítettek. Öt évig élt Belgiumban a 90-es évek elején. Bébisitternek ment, de végül az őt fogadó család annyira megkedvelte, hogy fizették egyetemi tanulmányait. Míg Belgiumban angolt tanult, hazatérve a Szolnoki Főiskolán külgazdaságból diplomázott levelezőn. A BioHairnél utóbbinak is hasznát vette, tanulmányaiból jutott eszébe a franchise mint terjeszkedési lehetőség. Ugyan „egy fillérjük sem volt”, de a fodrászattól sok embert ismerő Binder Géza jó kapcsolatrendszerrel bírt, így ismerőseiket keresték meg. Első harminc partnerükkel rajtuk keresztül szerződtek.

MINT EGY KÍNAI KONYHA

Két évvel az indulás után már harminc szalonjuk volt, és elkezdtek vidéken is üzleteket nyitni. Eleinte Gabriella vitte a BioHairt, Géza a Binder Artot, de ez ekkorra fenntarthatatlanná vált. „Döntenem kellett, marad-e a presztízsvonal, vagy beálllok teljesen a BioHair mögé. Úgy voltam vele, hogy 14 évig álltam egy kis pincében, most történjen valami más, még ha nagyon nehéz is fodrász létedre feladni a saját szalonodat” – mondja Géza. A Binder Art így bezárt, és az üzlethelyiségben létrehozták az általa felügyelt fodrászakadémiájukat.

A villámgyors növekedés azonban majdnem összeroppantotta a céget. „Olyanok voltunk, mint egy kínai konyha. Mindenki csinált mindent, teljes volt a káosz, pedig a kaja, amit főztünk, jó volt. Egyszerűen túl gyors volt a növekedés, és nem tudtuk fejleszteni a partnercégeket, nem volt kiépítve szervezeti struktúra” – emlékszik vissza Gabriella. A franchise-partnerség lényege pedig szerinte az, hogy az anyacég folyamatosan támogatja és fejleszti partnercégeit, ezért éri meg nekik kifizetni a franchise-díjat (ami jelenleg havi 35 ezer forint fodrászonként, ehhez jön még a Budapest 4, vidéken 2,5 millió forintos belépési díj, a tulajdonosok szerint a befektetés három év alatt térül meg).

A fejlesztési kényszer felismeréséhez a BioHair történetének legkomolyabb válsága vezetett. Egyik első partnerük 2012-ben kilé-



pett, és a túl gyors növekedés okozta káoszt kihasználva az összes partnereket megkereste, hogy építsenek ki egy új láncot. „Ezt a partnert a legjobb barátomnak tartottam, és nagyon fájt, amikor ellenünk fordult. Senkinek sem kívánom azt az érzést, amikor a legjobb barátommal úgy kellett találkoznom, hogy hozta magával az ügyvédjét. Nem voltam képes kezét fogni vele” – mondja Géza. (A kiszálló partner nem akarta a történeteket kommentálni a Forbesnak.)

„A franchise-rendszerben mindig megvan a veszély, hogy átadod a know-how-dat, és így potenciális versenytársad lehet a partneredből. Mégsem voltunk erre jogilag felkészülve, a szerződéseink egy tömeges kilépést sem

szankcionáltak volna” – mondja a tanulságokról Gabriella. Válságtanácskozásra hívták az összes partnerüket, hogy kiderítsék, kire számíthatnak.

„Az esélytelenek nyugalmával léptem eléjük, és azt mondtam, hogy mindenki szabadon dönthet és kiléphet. Visszont azt is megkérdeztem tőlük, hogy mit tud a másik nyújtani. Ők is minden tudásukat tőlünk szereztek. A vége az lett, hogy minden partnerünk velünk maradt.” Bár a krízis olyan problémákra mutatott rá, amelyek orvoslása nélkül ma nem lenne ekkora a BioHair, egykori partnerük háttámadásnak megélt kiválását a tulajdonosok a mai napig nem dolgozták fel lelkileg.

A stabilizálás érdekében szalonnyitási stopot rendeltek el, és elkezdték

fejleszteni informatikai háttérüket, fodrászakadémiájukat, próbavásárlásokat tartottak, egyre szigorúbb feltételekkel vettek fel fodrászokat, és rendszeres továbbképzéseket tartanak nekik. A folyamatos fejlesztés azóta is jellemző rájuk. Sajátmárkás termékeket árulnak, blogot vezetnek, saját rádiójuk szól a szalonokban, mérik klienseik elégedettségét, pedikűr- és manikűrreszleget nyitottak több üzletükben, legújabbban borbélyszolgáltatással próbálkoznak.

Minden újítást fél évig tesztelnek Petőfi Sándor utcai mintaszalonjukban, ugyanis hiába van már országsszerte 47 üzletük – és havi 94 ezer vendégük –, csak két saját egységük van, a Petőfi Sándor utcai és a Szent István körüti. Mivel egy átlagos vendég viszonylag kevés pénzt költ el náluk, a BioHair sikerének alapfeltétele a nagy vendég-szám és a költségek alacsonyan tartása.

Bár üzletszám alapján a BioHair gyorsan Magyarország legnagyobb fodrászati láncává nőtt, az általuk használt modellt még itthon sem ők használták először. Nyugaton évtizedek óta működnek olcsó, gyors hajvágáson alapuló fodrászláncok. Nálunk a német Klier volt az első fodrászlánc, első üzletét 1998-ban nyitotta meg. Jelenleg 14 szalonja van, alapvetően plázákban. Szintén számottevő a Csak Hajvágás, amely a BioHair előtt pár hónappal, 2009-ben nyitotta meg első fodrászatát. Honlapjuk szerint nyolc szalonjuk van, és ők is franchise-rendszerben terjeszkednének.

MÉG ESTE NYOLCKOR IS

Az állandó fejlesztések és a sikeres üzleti modell létrehozása ellenére a BioHair szolgáltatásairól meglehetősen megosztó véleményeket lehet olvasni az internetes fórumokon, és a Forbesnak is hasonló tapasztalatokról számolt be több vendégük. „Az vonzott, hogy még este nyolckor is be lehet hozzájuk menni, és bejelentkezni sem kell” – mondta a szolgáltatás előnyeiről egy korábbi rendszeres ven-

dégük, aki a munkája miatt nehezen tudta tartani a megbeszélte időpontot más fodrászoknál.

A hosszú nyitva tartás, a rugalmas ügyfélfogadás és a gyorsaság verhetetlen előnyök egy uniformizált láncnál, de egy olyan, személyre szabott szolgáltatásnál, mint a hajvágás, a standardizáltságból fakadó pozitívumok kevésbé működnek. Ahogy egy gyorséletteremnél pontosan tudhatjuk, mit kapunk egy kétmondatos rendelésért, a hajvágásnál még akkor sem biztos, hogy megfelelő lesz a végeredmény, ha részletesen elmondjuk a mindig ismeretlen fodrásznak, mit szeretnénk.

„Zavarni kezdett a hullámzó teljesítmény. Nyilván nem valami extra frizurát kértem, de az egyik kicsit így, a másik kicsit úgy vágta le. És ha az egyik fodrász úgy vágta le a hajam, ahogy nekem a leginkább tetszett, nem nagyon tudtam újra hozzá menni haját vágatni, hiszen összevissza dolgoznak, és nagy valószínűséggel nem is fogok vele összefutni még egyszer” – mondta az egyik megkérdezett, aki sokáig rendszeresen járt a BioHairbe, de végül emiatt – illetve a szerinte megnövekedett várakozási idő miatt – már lehetőleg más fodrászhoz megy.

„Összességében talán kicsivel gyengébb minőségű frizurát készítenek, mint egy jó hagyományos fodrásznál. Illetve pontosabban nem kapod kétszer ugyanazt a frizurát, de ez engem kevésbé zavar, mint a korábbi fodrászom rugalmatlansága” – mondta egy másik riportalány. A megkérdezettek szerint nemcsak az egyes fodrászok, hanem a szalonok között is számottevően ingadozik a minőség. A BioHair jellemzőjének írták le azt is, hogy az „egyszerűbb frizurájú emberek” keresik fel az üzletláncot, bár Perger Gabriella ezzel nem ért egyet.

Szerinte az első években valóban több elégedetlen visszajelzést kaptak, de a rendszeres továbbképzés és a minőség-ellenőrzés nyomán elhalkultak az ilyen panaszok. Szerinte valamennyi fodrászuk – összesen hatszáz alkalma-

zottjuk van – jó minőségben dolgozik, viszont megvan a saját stílusuk, és ez okozhatja az eltéréseket. „A fodrászat művészet is, nem lehet standardizálni” – mondja.

Ráadásul mivel fodrászai folyamatosan dolgoznak, „egy év alatt öt évet fejlődnek”, ennek köszönhetően a „BioHairből érkező fodrászok lesznek a jövő nagy fodrászgenerációi”. Ennek beteljesülését a Forbes által megkérdezett fodrászok aligha tartják elképzelhetőnek. Még ha tagadták is, hogy tartanának attól, hogy elszívják tőlük a vendégeiket, azzal a fajta indulattal beszéltek a cégről, ahogy a frissen kihívott mesterember méri fel elődje munkáját. Ezt az ellenszenvet Perger Gabriella is érzi, a nagyobb szakmai rendezvényeken rendszerint kerülnek őket.

KÉSZÜLJÖN EL GYORSAN!

Ő eleinte inkább attól tartott, hogy a fodrásszal való személyes kapcsolat hiánya jelenthet akadályt, de ez végül nem igazolódott be. Sőt: több megkér-

A LEGJOBB BARÁTOMMAL ÚGY KELLETT TALÁLKOZNOM, HOGY HOZTA MAGÁVAL AZ ÜGYVÉDJÉT.

dezett is előnyösnek tartotta, hogy nem kell kényszeredett beszélgetést folytatniuk fodrászukkal. „Jó áron készüljön el, gyorsan” – foglalta össze egyikük a legfőbb vevői preferenciákat.

Egyik megkérdezettnek fel is tűnt, hogy a bio vonal idővel háttérbe szorult. „Eleinte nyomták a szöveget, hogy milyen remek biocuccokkal dolgoznak, aztán ez kikopott a rendszerükből, mintha már ők sem tartanák fontosnak.” Perger Gabriella szerint ugyan

változatlanul fontos nekik környezet-tudatos filozófiájuk hangoztatása, de ő is úgy látja, hogy vendégeiknek az ár-érték arány a legfontosabb.

Mindenestre Perger Gabriella szüntelenül fejlesztéseken töri a fejét. Anynyira mindent áthatón, hogy tizenéves gyermekei karácsonyra azt kérték tőle, ne beszéljen a munkáról. Míg a vállalkozásban ő az, aki „folyamatosan pörög, mindig megy előre”, a szakmai munkáért felelős Binder Géza, „mindig húzza vissza”, a fontolva haladás híve. Nemrég még a külföldi terjeszkedést erőltette, de Géza meggyőzte, ez még korai lenne. „Azt mondta, hogy ha a nyíregyházi szalont is úgy tudjuk működtetni, ahogy a Szent István körútít, akkor menjünk tovább.” A terjeszkedés irányai így nyitottak, a külföld mellett az is felmerült, hogy kisebb településeken nyissanak szalonokat, bár alapvetően nagyvárosi márkának tartják magukat, az olcsóság miatt sok vendég kell a megtérüléshez.

A vállalkozás villámgyors növekedéséhez személyiségüknek is fel kellett

nőnie, és ez volt a legnehezebb feladat az elmúlt öt évben.

Gabriella részt vett több vezetőképzésen, és pszichológushoz is jár, hogy lobbanékony, szenvedélyes természete háttérbe szoruljon. „Meg kellett erőszködnöm magam. Egy nyugodt, halkan beszélő vezetőben sokkal jobban bíznak. Már nagyon jól tudom használni ezeket a módszereket a tárgyalásokon, kivéve, ha

stresszhelyzet van. Jobban is mennek a tárgyalások, ha nem magamat adom. Ha viszont kiélezett a helyzet, akkor önmagammá válok” – mondja arról, hogy önmagán van még mit fejlesztenie. Ugyanis egyáltalán nem tervezi, hogy valamikor kiszáll vállalkozásából. Bár még egy befektető sem kereste meg vélti szándékkal, de nem is fordult meg a fejében. Hiszen „a saját gyermekeit sem adná el”. **F**