



# Uiterlijke verzorging

Wat zijn de belangrijkste ontwikkelingen binnen:

- Uiterlijke verzorging

Voor de dossiers:

- Schoonheidsverzorging
- Voetzorg

Ga naar [trendrapport.s-bb.nl/zws](https://trendrapport.s-bb.nl/zws) voor de **volledige** trendrapportage of scan de QR code!



**Contact:**

**ABD-trendteam**  
trendonderzoek@s-bb.nl

beroepsonderwijs bedrijfsleven

### Waarom?

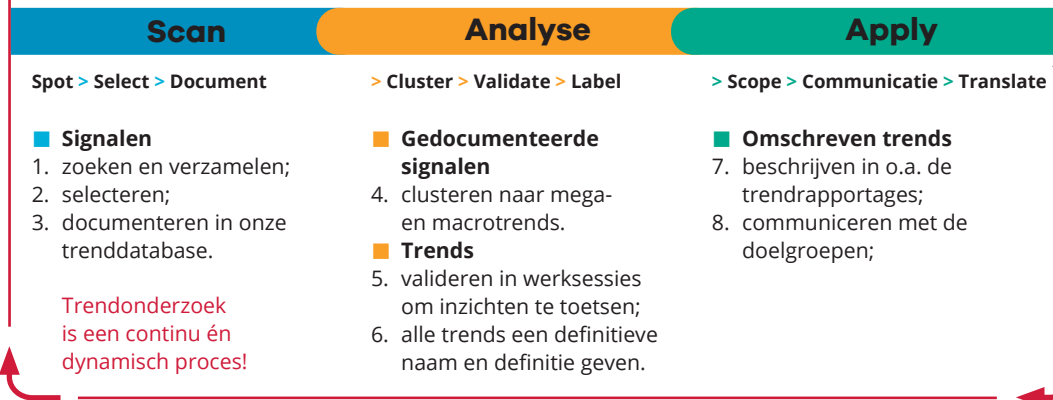
Met trendonderzoek achterhaalt SBB;

1. Wat de **impact van trends en ontwikkelingen is op het werkveld** waar de mbo'er voor wordt opgeleid,
2. Wat dit betekent voor de **benodigde vaardigheden en taken** van de toekomstige beroepsbeoefenaar.

### Voor wie?

- **Partners**
- **Beroepsonderwijs**
- **Bedrijfsleven**
- **SBB**
- **Studenten**

### Hoe?



Trendinformatie wordt toegepast voor:

- trendpresentaties;
- werksessies;
- vernieuwing van kwalificatiedossiers;
- beroepsonderzoek;
- doelmatigheidsrapportages;
- branchebeelden;
- themasessies met sectorkamers en marktsegmenten;
- beleidsvraagstukken en gesprekken met diverse stakeholders.

De **'Arbeidsmarkt trendpiramide'** wordt toegepast om samenhang binnen de trendrapportages te borgen.

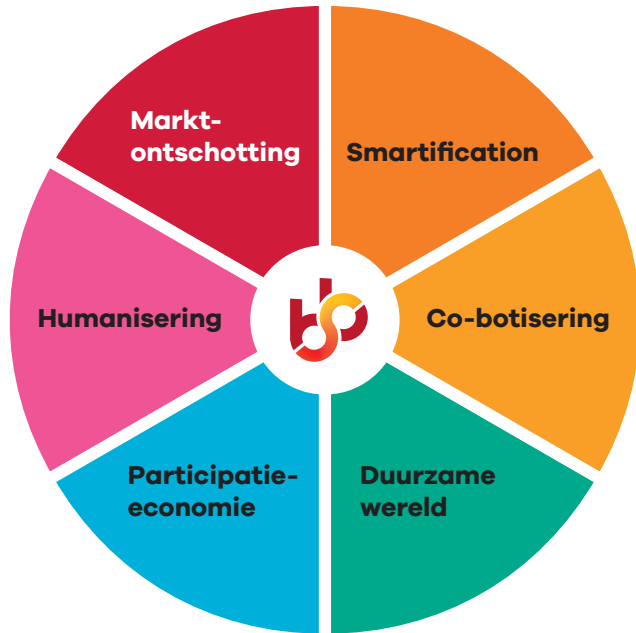




## Arbeidsmarkttrends

### (megatrends)

De gesignaleerde arbeidsmarkttrends kunnen per marktsegment verschillen.



### Smartificatie

Steeds meer apparaten zijn online verbonden, waardoor er een overvloed aan data beschikbaar is. Bedrijven en individuen zetten deze data steeds slimmer in om levens gemakkelijker en veiliger te maken. Computers kunnen dankzij smart automation, computeralgoritmes en deep learning handmatige en cognitieve, routinematige taken en werkzaamheden automatiseren.



### Co-botisering

Robot-innovaties bieden tal van voordelen. Processen worden efficiënter en veiliger en fysieke taken worden minder arbeidsintensief. Er zijn allerlei vormen robots; drones, industriële robots, deep learning camera's, maar ook cobots en exoskeletten. Zij vervangen geen mensen, maar bieden ondersteuning. Het samenspel tussen robots en de mens staat centraal.



### Duurzame wereld

We ontwikkelen steeds meer mogelijkheden om onze maatschappij anders in te richten met meer aandacht voor natuur en welzijn. Om op (korte) termijn voldoende, duurzaam en gezond voedsel, in een gezonde leefomgeving, te kunnen garanderen zijn aanpassingen noodzakelijk in verschillende schakels in de keten. We zoeken oplossingen voor lokale productie en het verminderen van CO<sub>2</sub> uitstoot.



### Participatie-economie

De flexibele schil van bedrijven neemt in omvang toe. Dit zorgt voor meer individualistische vakkennis, waardoor samenwerken met andere specialisten belangrijker wordt. Mensen hechten minder waarde aan bezit, maar willen wel (samen met anderen) zelfvoorzienend zijn. De platform-economie ondersteunt deze beweging. En 'as-a-service' business modellen bieden de gebruikers de mogelijkheid naar eigen behoeften op flexibele manier gebruik te maken van diensten.



### Humanisering

Binnen de veranderende maatschappij staan individuele waarden en behoeften nadrukkelijker centraal. De decentralisatie van o.a. overheidstaken heeft ervoor gezorgd dat burgers meer eigen regie krijgen en weet zich steeds beter zelf te informeren met nieuwe kennis, wat hen steeds professioneler maakt. Dit vertaalt zich in een grotere behoefte aan maatwerk en personalisering van producten en diensten.



### Marktontschotting

Door digitale innovaties bereiken organisaties en bedrijven grotere markten en worden processen internationaal of juist lokaal georganiseerd. Er ontstaan andere vormen van ketensamenwerking, om de klant beter te bedienen. Mede door personeelstekorten moeten we taken anders verdelen, ketens verkorten of taken uitbesteden aan werknemers met een andere functie.



## Marktsegment-trends

### (macrotrends)

Klik op de macrotrend en lees online verder



### Smartification

#### ■ Digital service

Digitale technologieën maken diensten voor iedereen toegankelijk, om beter aan te sluiten op individuele behoeften en gebruiksgemak te vergroten. Denk aan gepersonaliseerde productieprocessen door middel van een 3D-printer (die maakt een huidscan van je gezicht, waarmee je vervolgens met afgestemde hoeveelheden van de juiste middelen een huidproduct kan printen). Of een virtueel vraag-en-antwoordspel (dat is ingericht als een digitale chatbot) waar je al je vragen over een product of dienst kunt stellen. Hierin is onderscheid te maken in 'lichaams- en servicetoepassingen'. Dit vraagt om bewustwording van klantgedrag en werkprocessen die veranderen.



### Duurzame wereld

#### ■ Conscious consuming

Koopedrag is steeds meer gericht op milieu-, ethische en/of politieke overwegingen wat aansluit bij de ecologische leefstijl. De 'maatschappelijk bewuste consument' kiest vaak voor vegan-, plasticvrije- en lokaal geproduceerde producten. Dit vraagt een transitie in kennisniveau van de vakexpert om consumenten te informeren over de afkomst van ingrediënten van producten om totale transparantie te kunnen bieden.



### Humanisering

#### ■ Gepersonaliseerde behandeling

De doelgroep die gebruikmaakt van schoonheidsbehandelingen of voetverzorging is steeds breder. Doelgroepen met medische redenen, maar ook mannen of lgbtq+ers, zoeken behandelingen die voldoen aan hun wensen en behoeften. Sommige doelgroepen vragen specialistische kennis en vaardigheden rondom ethiek en behandelplannen. We gaan naar een tijd waarin diversiteit en inclusiviteit de norm is.



### Marktontschotting

#### ■ Taakverschuiving

Door een toename in aanbod van gespecialiseerde behandelingen kiezen sommige specialisten ervoor om zich bij te scholen met extra medische kennis. Zij hebben de (basis)kennis en met behulp van scholing op paramedisch- en cosmetisch gebied kunnen zijn meer en betere gespecialiseerde behandelingen aanbieden. Ook om preventief advies te kunnen geven. De werknemer krijgt hierdoor een signalerende functie en vraagt het een goede interdisciplinaire afstemming met andere (medisch) specialisten.

#### ■ Ketensamenwerking

Er is meer bewustwording over de term 'gezondheid' in zijn geheel, zoals fysiek, mentaal en sociaal welzijn. Hierdoor ontstaan er meer samenwerkingen tussen andere branches, zoals de wellness-, de voedingsbranche of alternatieve gezondheidscentra. Er zal meer focus liggen op een servicegerichte aanpak, klantbinding en de juiste ethische houding van de werknemer.

#### ■ Branchetransformatie

De consument en toekomstig student laten zich op meerdere manieren informeren zoals via social media. Hier is informatie van over de hele wereld te lezen. Bedrijven adverteren voor diverse markten in verschillende landen. Consumenten voeren kleine behandelingen thuis uit met producten die ze online geadverteerd zien en thuis laten bezorgen. Dit zorgt ook voor een andere kennisontwikkeling, verrijking en beeldvorming van het vakgebied.