

n

aflevering
bicycle company

ur te werk kunt
als volgen.'

skeen uit tot een
80 miljoen dollar.
en en ik had een
ijl ik nog maar
s ik een blanke,
dden van hoofdza-
opgeleide mannen.
anningen, die deels
r waren mensen
te saboteren door
valt niet mee daar
dat niet doet, goal
uur. Ik heb toen
woceren.'

ar in het buiten-
er in India en
r kennis te maken
turen blijf je de
kijken. Je leert

de fiets het vervoermiddel voor de op één na laagste kaste. Een maharadja op een fiets is onderkenbaar! Dat is wezenlijke kennis voor de marketing van zo'n product.'

Boek

'*Career Warfare* van David F. D'Alessandro is een briljant boek dat een goed beeld geeft van een moderne carrière. Anders dan vroeger werken we gedurende onze loopbaan bij een reeks verschillende werkgevers. Daarom is het belangrijk jezelf als merk te zien en je hele leven aan de ontwikkeling van dat merk te werken. Kijk dus verder dan het bedrijf waar je op dit moment werkzaam bent.'

Geluksmoment

'Zoals al uit het vorige punt blijkt, leef ik sterk voor mijn cv en ga ik uitgesproken planmatig te werk. Nadat ik was afgestudeerd, wilde ik gedurende langere tijd in de VS werken, tenslotte het Mekka van de marketing. Iedereen zei: "Dat lukt nooit, je krijgt geen visum." Aanvankelijk leek dat uit te komen. Na drie maanden vergeefs op elk deurtje te hebben geklopt, moest ik weer terug. Ik waagde een nieuwe poging, deed in de VS een MBA, kwam bij Miskeen en wist met behulp van een advocaat aan te tonen dat ik onmisbaar was voor dat bedrijf. Toen ik na al die moeite eindelijk dat zogeheten H1B-visa in handen had, was ik in de zevende hemel.'

Leer meester

'In Duitsland liep ik stage bij een reusachtig en uitgesproken conservatief, hiërarchisch bedrijf. Ik dreigde een beetje in die grote, logge organisatie te verdwijnen. Tot mijn geluk werkte er ook een jonge, energieke Nederlandse vrouw, mevrouw Kol, die in dat typische mannenbedrijf een leidinggevende rol had verworven. Zij was bezig de hele organisatiestructuur om te gooien. Het was geweldig te zien hoe zij dat bedrijf aan het veranderen was. Bovendien wist deze sterke zakenvrouw dit ook nog prima te combineren met een mooi privéleven,



Jasmijn Rijcken (Brielle, 1980) is General Manager bij WANMOOF. Ze werkte eerder als Vice President bij Miskeen Originals en als consultant bij Hype Heroes, en is een veelgevraagd spreker op conferenties.

Blij van: mensen die, zonder te weten wie ze is, over haar merk praten.

Onbehaaglijk bij: het idee dat internet merken kwetsbaar maakt voor kwaadwillenden.

Verwonderd door: het feit dat ze wereldnieuws werd toen ze in New York door de politie werd aangehouden omdat ze kortgeroekt op de fiets zat.

Onaangedaan door: bootleggers die haar producten proberen na te maken.

Tevrede over: hoe haar carrière tot nu toe verloopt.