

Paradigma's breken

Jasmijn Rijcken

Welkom in de wereld van venture marketing. Een manier van ondernemen die je ballen laat zegevieren: verfrissend, entertainend en porrend in de machtsverhoudingen. Venture marketing turnt nadelen van start-ups om tot vlijmscherpe wapens. Het is de sleutel voor het omzetten van innovaties in merken met fanatieke fans, en zo een sector flink door elkaar te schudden.



Prioriteit is om vooral veel uit te proberen. Zeker in productontwikkeling: vaak en snel lanceren. Dit kan alleen als je eerst fans creëert die de mankementen niet afkraken maar juist verbeteren. Liefst publiekelijk. De grote alleswetende onderneming uithangen is hierbij taboe. Kwetsbaar opstellen, je team laten zien zoals ze zijn -niet perfect wel persoonlijk- blijkt spannend maar succesvol. Is budget de doorslaggevende factor van de marketingmix? Zeker niet. Het is lef. Breken dus, die paradigmas.

Stiekem blijkt deze manier van denken zeer geschikt voor gevestigde ondernemingen, de markt vraagt erom. Het lijkt vanzelfsprekend om over te stappen op traditionele methoden zodra er meer geld en minder tijd beschikbaar is. Echter: dit is een valkuil voor de rijken en een gat in de markt voor nieuwelingen. Gelukkig is denken als een entrepreneur ook voor personeel weggelegd.

Jasmijn Rijcken is meester in het professioneel schoppen tegen de gevestigde



orde. Haar verhalen zijn eye openers, 'zo kan het dus ook!', en tonen dat humor en spontaniteit hand in hand gaan met zakelijk succes. Als energiek spreker lokt Jasmijn grote en kleine bedrijven uit om op een andere manier tegen bedrijfsvoering aan te kijken. De ondernemersgeest borrelt spontaan in u boven, want haar enthousiasme werkt aanstekelijk. 🇳🇱

De vijf regels van Venture Marketing:

- *Verleid als dame, niet als prostituee*
- *Upgrade de ketenpartners*
- *Maak fouten en fans*
- *Zèg het niet, het zegt niets*
- *Laat je ballen winnen van je spierkracht*

'Een manier van ondernemen die je ballen laat zegevieren'

De Ventures van Jasmijn Rijcken

Op 23-jarige leeftijd lanceerde ze hiphopmerk Miskeen, zonder budget of netwerk. In een woordenboek vond ze de kern van het merk en spoedig werkte ze samen met grote bedrijven en popsterren. Na 5 jaar werd Miskeen verkozen tot 'hottest urban fashion brand in the USA', jaaromzet \$80 miljoen. Het avontuur leverde hilarische verhalen en waardevolle lessen.

Die lessen stopte ze in de VANMOOF fiets. Als nieuweling kon ze in een verzadigde markt concurreren met dominante fietsgiganten, puur door klanten om te turnen tot massale meedenkers. Op haar persoonlijke wijze verhieft ze VANMOOF tot een van Nederlands meest bejubelde exportmerken.

jasmijnrijcken@speakersacademy.nl

