

**IN GESPREK MET...**

**RUUD VERSCHUUR RM**

MANAGING DIRECTOR,  
DRIVESIGHT MANAGEMENT CONSULTANCY & MERCATI  
SCHOOL OF RETAIL & TRADE MANAGEMENT

MARKETEER SINDS 1989  
RM GECERTIFICEERD SINDS 2014



**REGISTER  
MARKETEER**  
Certified by NIMA

# IN GESPREK MET...

In de rubriek **IN GESPREK MET...** stellen we je graag voor aan de marketeers uit ons netwerk. Dit keer is het de beurt aan **Ruud Verschuur RM**.

## Hoe ben je met de titel RM in aanraking gekomen?

Binnen een aantal commerciële klantenopdrachten en trainingen werk ik al langer samen met een andere RM'er. Hij wees me op het bestaan van de RM titel, op de waarde ervan en op het feit dat ik daar - gezien mijn achtergrond - voor in aanmerking zou kunnen komen. Na het bestuderen van de RM toelichtingen op de NIMA site ben ik hierover nog enthousiaster geworden, heb ik een quickscan gedaan en heb ik besloten om de procedure in te gaan.

## Waarom heb je voor de titel RM gekozen?

Binnen de enorme hoeveelheid aan 'soorten' marketing en evenzoveel marketingfuncties en -adviseurs, communiceert het voldoen aan de RM eisen (en dat zijn er nogal wat) m.i. naar buiten toe in hoge mate een waarborging van marketingexpertise en -ervaring. Voor jezelf verplicht de RM titel je tevens tot het op niveau houden van actuele en vooral ook brede marketingkennis. Verder spreken mij de mogelijkheden van expertise-uitwisseling via het RM Netwerk enorm aan en zou ik daarbinnen een actieve rol willen gaan spelen.

## Wat draagt de titel bij aan je dagelijks functioneren?

Dat is nu nog moeilijk aan te geven, maar het zal in ieder geval nog gemakkelijker worden om het marketing ervaringsniveau aan te tonen waar nodig. Het daarbij refereren aan de RM gedragscode voegt daar m.i. in positieve zin alleen nog maar aan toe.

## Welke ambitie heb je als RM'er om binnen het marketingvak teweeg te brengen?

Naast mijn activiteiten op het gebied van overall commercieel management ben ik intensief betrokken bij de (door)ontwikkeling van o.a. retail marketing management, retail category management, trade marketing en shopper marketing. Als functionele marketinggebieden zijn

deze in meer of mindere mate behoorlijk geborgd binnen toonaangevende bedrijven, maar krijgen ze m.i. in relatieve zin veel te weinig aandacht binnen de overall marketingdiscussie, daar waar dat enorm zou kunnen toevoegen aan de invulling en uitvoering van integraal marketingbeleid. Hoewel ik in dit kader structureel aan kennisoverdracht doe via o.a. trainingen en publicaties heb ik een verdere ambitie om deze vakgebieden als marketingaandachtsgebieden prominenter naar voren te laten komen.

## Welke RM'er inspireert je het meest en waarom?

Ik ken nog niet zoveel RM'ers persoonlijk. De RM'er die mij heeft geattendeerd op de RM titel is Karel Smit. Karel weet mij altijd weer op enthousiasmerende wijze te inspireren met zijn hoge mate van expertise op het gebied van o.a. brand marketing en hij weet dat in een groter geheel van bedrijfs- en marketingproblematiek te plaatsen. Karel heeft een drive om kennis over te dragen en om respectvol te discussiëren over diverse marketingvraagstukken.

## Waarom zouden meer marketeers volgens jou de titel RM moeten dragen?

Binnen de marketing vakgebieden waar ik opereer (vooral retail-georiënteerd) is de RM titel volgens mij nog niet zo bekend. Gericht op het dekken van alle relevante marketingdeelgebieden hoop ik dat er vanuit die zijde meer marketeers met de juiste achtergrond zich ook willen gaan aansluiten op het RM Netwerk!

**“Binnen de enorme hoeveelheid aan ‘soorten’ marketing en evenzoveel marketingfuncties, communiceert het voldoen aan de RM eisen naar buiten toe in hoge mate een waarborging van marketingexpertise en -ervaring.”**