

1ste Nederlandse President in USA

Ongebaande paden zijn voor haar een uitdaging en het was Riet de Vlieger die in 2007 de eerste Certified Image Professional (CIP) in Nederland werd bij AICI. En het is bij deze Association of Image Consultants International waar zij per juli 2017 als International President is aangesteld voor een periode van twee jaar.



Een kroon op haar werk, zoals ze zelf zegt. Want de afgelopen jaren heeft zij zich verdienstelijk gemaakt voor deze wereldwijde organisatie. Zo was Riet onder meer Vicepresident Chapter Relations en ontving zij in 2015 de President's Award voor haar bijzondere en innovatieve bijdragen aan AICI. Ook heeft zij zich jarenlang ingezet voor de Vereniging Image Professionals (VIP).

Warm bad

“Op 18 mei jl. vond mijn inauguratie plaats tijdens de algemene ledenvergadering op het congres in Mexico. Een bijzonder moment en het voelde als een warm bad. Men heeft mij gevraagd voor deze functie en het betekent voor mij erkenning dat mijn ideeën en gedachtegoed worden gewaardeerd, dat men mijn leiderschapkwaliteiten herkent

en dat men mij accepteert zoals ik ben. Door mijn eerdere bestuursfunctie hebben andere bestuursleden en leden kunnen ervaren waar ik voor sta en wat ik kan. Ineens willen meer mensen horen wat ik te zeggen heb, terwijl in het verleden ik mij weleens een roepende in de woestijn vond. Deels heeft dat ook met mijzelf te maken. Door ervaringen van de afgelopen jaren weet ik nu beter hoe ik mijn ideeën of gedachtes voor het voetlicht moet brengen. Een van de dingen die ik de afgelopen periode heb gerealiseerd vanuit mijn functie als Vicepresident Chapter Relations zijn de City Circles. Bij AICI kun je als lid een Chapter opstarten waarvan minimaal 15 image consultants deel uitmaken, met als doel scholing, workshops etc. te organiseren. Het minimaal vereiste aantal personen voor de oprichting van zo'n Chapter bleek dikwijls niet haalbaar. Ik heb dit zelf ook geprobeerd in Nederland en vandaar dat ik een voorstel heb ingediend om naast de Chapters ook City Circles in te stellen. Ik heb daar behoorlijk voor moeten lobbyen, maar het was een behoefte die ook in andere landen speelde. Bovendien biedt deze instapmogelijkheid groeipotentie voor AICI. Wat we nu zien binnen AICI is dat sommige City Circles binnen een jaar al over kunnen gaan in een Chapter. Een City Circle kan van start gaan vanaf vier personen waardoor de drempel om te starten aanzienlijk is verlaagd. Onlangs heb ik dan ook voor Nederland een

“Ik wil een goede moeder zijn voor AICI”

verzoek ingediend voor het opstarten van een City Circle en is goedgekeurd, wat natuurlijk geweldig is.”

Doelen

“Mijn belangrijkste doel is om AICI te laten groeien. Op dit moment hebben we wereldwijd 1000 leden verdeeld over 30 Chapters. Dat is verhoudingsgewijs wellicht niet veel, maar dat heeft indirect te maken met de waarde van de dollar en andere munteenheden. Wereldwijd kost het lidmaatschap van AICI driehonderd dollar en in het rijke westen is dat te overzien. De Mexicaanse peso is dit jaar in waarde gehalveerd en daardoor betalen zij ineens het dubbele. Als ik duizend euro zou moeten neerleggen voor het lidmaatschap dan zou ik dat ook nog eens goed overdenken en er meer voor terug willen krijgen dan ik nu krijg. AICI kan het zich momenteel niet permitteren met verschillende tarieven te komen. Alhoewel ik daar in de toekomst wel hoop op heb, want het is een belangrijke factor in de groeicapaciteit. Iets anders dat ik bedacht heb, en inmiddels ook via AICI wordt aangeboden, is het Academic Membership. Dit collectieve lidmaatschap is bedoeld voor scholen en/of organisaties die hun opleiding of hun leden willen laten certificeren. In Mexico zijn diverse universiteiten waar het imagevak op hbo-niveau wordt gedoceerd en zij hebben zich onlangs aangesloten bij AICI. Momenteel is de VIP ook bezig met een certificeringstraject en het is niet ondenkbaar dat zij gebruik gaan maken van het certificeringsproces van AICI. Ik verwacht veel van dit Academic Membership, omdat daarmee een behoefte vanuit de markt wordt ingevuld en het zich nog in een beginstadium bevindt. Groei ontstaat als je levert wat mensen willen hebben. Om te weten wat mensen willen, moet je beginnen met luisteren naar Chapter leaders en leden. Als we daarna doorvoeren, verfijnen en verbeteren wat zij willen, dan komen we verder. Ik ben een bestuurder die zich afvraagt waarom we niet verder komen en wat er nodig is daar wel te komen. Mijn oor te luisteren leggen en anderen raadplegen, helpt mij de strategie te bepalen. Een ander doel dat ik mijzelf heb opgelegd is ‘wakker’ te zijn. Er is een budget, dat uit het lidmaatschap van de leden komt en ook deels weer moet terugvloeien naar de leden. Dat betekent voor mij dat bij ieder voorstel dat wordt ingediend ik goed kijk naar het nut en belang voor

de leden. Ik zie mijn rol als president meer als een partner voor alle bestuursleden en ik wil weten wat er speelt. Ik wil niet alleen zenden, maar vooral ook horen. Ik wil een goede moeder zijn voor AICI.”

Internationale allure

“Door te kiezen voor een internationale functie hoop ik een belangrijke stap te zetten als bruggenbouwer. Natuurlijk heb ik ook even overwogen opnieuw in het bestuur van de VIP te stappen toen daar diverse functies vrijkwamen. Maar de structuur van AICI en de warme contacten zijn zo anders dat ik niet lang hoefde na te denken. Naast de tien overige onbezoldigde bestuursleden maakt AICI gebruik van een professioneel managementbureau. Juist door de samenwerking met dit bureau halen we andere expertise in huis en wordt het bestuur ontlast. Het bestuur kan veel beter focussen op het uit te voeren beleid en zo boek je ook daadwerkelijk vooruitgang. Misschien is Nederland voor mij wel te klein. Ik heb jarenlange internationale ervaring en vind het leuk mensen over de hele wereld te kennen, te ontmoeten en te spreken. Je hebt niet meer nodig dan skype en een telefoonlijn. Ik zie het als een bijzonder voorrecht; het is geen offer dat ik breng aan AICI.

“Groei ontstaat
als je levert
wat mensen
willen hebben”

Het betekent dat ik mijn leiderschap verder kan ontwikkelen om grotere dingen gedaan te krijgen. Ook voor mijn eigen business verwacht ik veel te leren uit deze bestuursfunctie en dit toe te passen in mijn eigen bedrijf. Zo leer ik een heleboel bij. Ik denk dat we in Nederland en internationaal te plat denken; het gaat niet alleen over kleren en kleuren, het is een vak met diepgang en rijkdom. Als we die rijkdom van het vak verder weten uit te diepen en te benutten dan worden ►

we veel relevanter voor heel veel mensen. Zolang we over kleren en kleuren blijven praten zijn we maar relevant voor een klein deel van de mensen. Image consultants dragen wereldwijd hun steentje bij aan het ontwikkelen van zelfvertrouwen en het bereiken van doelen, een belangrijke factor in zakelijk succes. Kleren en kleuren zijn slechts een onderdeel voor zakelijk succes. Als beroepsgroep blijven we aan de oppervlakte dobberen. We praten met name over het visuele aspect. Als je het imagevak als een ijsberg beschouwt, praten we alleen over datgene dat aan de bovenkant zichtbaar is. De werkelijke diepgang is het $\frac{3}{4}$ deel dat zich onder de waterspiegel bevindt en dat hoort bij personal branding. Er is nog een wereld te winnen.”

Uitdaging

“Het is niet zo dat in Amerika of andere landen alles rozengeur en maneschijn is. De image consultant is en blijft een éénpitter en zeker op marketing gebied is dat zwaar; Facebook, LinkedIn, nieuwsbrieven, Pinterest, etc. het is te veel! Wat een image consultant in feite wil, is een inhoudelijk bijdrage leveren aan het succes van een ander en niet bezig zijn met marketing. Als vereniging kun je een geweldige slag maken als je de relevantie en waarde van het vak tastbaar kunt maken. Collectieve marketing zoals voorlichting, reclamecampagne, storytelling, etc. draagt bij aan krachtenbundeling en daar valt nog een flinke slag te maken. Een ander probleem dat ik signaleer is dat we nog niet hersteld zijn van de klap van de recessie. Wat voor de recessie werkte, werkt niet meer. We moeten onszelf opnieuw ‘uitvinden’, wat we echter doen is het oude vertrouwde in een ander ‘jasje steken’ en dat werkt niet. Ook dat is een probleem dat je in je eentje niet zomaar even oplost of de oplossing voor bedenkt. Ik zie dat in niet-Westerse landen het imagevak razend populair is. Chinezen zijn bijvoorbeeld veel meer gaan reizen en als een Chinees reist en daarbij zijn Chinese gewoontes bezigt, komt hij in de problemen. Image consultants die training geven in businessetiquette hebben hierin een markt. Hetzelfde geldt voor landen als Argentinië, Peru en Mexico, daar wordt ons vak steeds relevanter. Ook is er een groep sociale stijgers, zij hebben een veel hoger opleidingsniveau bereikt dan hun ouders. Zij missen soms de aansluiting met het werkveld en de bijbehorende gewoontes. Van hun ouders hebben ze op dit punt qua (kleed)gedrag onvoldoende bagage mee gekregen. Als je deze groep weet te bereiken dan heb je een markt. Mijn adviseur heeft me jarenlang geprobeerd iets duidelijk te maken, hij zei tegen mij: ‘Riet jij bent net een kunstenaar. Je maakt iets en dan probeer je het te verkopen.’ Hij had gelijk, maar ik kan je zeggen dat het een behoorlijke uitdaging is je markt te

vinden. Op dit moment richt ik mij ondermeer op de mbo-scholen die het keuzedeel imagestyling aanbieden. Dat is voor mij een markt, zij hebben iets nodig dat ik kan leveren. Door mijn ervaring kan ik deze opleiders helpen met lesmateriaal en didactisch verantwoorde opdrachten. Hoe kun je relevant zijn voor een (kleine) groep mensen, waar kun je ze mee helpen? Als je dat helder hebt dan heb je een klant. Marketing is horen wat de markt wil en in je aanbod afstemmen op de vraag.”

Wens

“Ik hoop dat op de volgende conferentie in 2019 in Chicago meer Nederlanders aanwezig zijn om hun kennis te verdiepen. Het aanbod van workshops is heel divers, van beginners tot zeer ervaren. AICI maakt onder andere gebruik van de expertise van leden, maar ook van niet-leden. Ruim van tevoren is een ‘call for speakers’ en kan iedereen die kennis wil delen zich aanmelden. Vervolgens wordt dat programma inhoudelijk getoetst en moet het voldoen aan de eisen van een training. Zo moeten de trainers de workshop al eerder voor minimaal vijf personen hebben gegeven en moet hij/zij reviews kunnen overleggen. Pas als alles door een onafhankelijke commissie is goedgekeurd, wordt de trainer en zijn workshop ook gepromoot en ontvangt hij/zij een vergoeding. Zo’n trainersfee is een logisch gevolg op alle investeringen die de persoon heeft moeten maken om tot dat kennisniveau te komen. Ken je het verhaal van de man met zijn paard en wagen? Het gaat als volgt: een man heeft pech met zijn paard en wagen. Zijn wiel loopt niet lekker en hij krijgt het maar niet goed. Uiteindelijk komt hij bij een smid, die kijkt naar het wiel, pakt zijn hamer en geeft er een klap op. En ja hoor, het wiel loopt weer perfect. Wat krijg je van me voor die klap, vraagt de man. Geef maar honderd euro, zegt de smid. Honderd euro, zegt de man verbaasd, voor die ene klap? Ja, zegt de smid, het gaat niet om de ene klap, maar wel om alle investeringen die ik heb moeten doen om te weten waar ik die klap moet geven.” &

“Het is een vak met diepgang en rijkdom”

