

## **Interview met Louise Verheij van Wijk - Vice President Global Marketing, Sales and Clinical research MRI bij Philips Healthcare**



*“Ik vind het een sport om mijn eigen stijl te hebben en aan mijn (zakelijke) kleding een vrouwelijke touch te geven. Niet saai, niet tuttig, wel leuk, wel verzorgd en met een knipoog.”*

Louise is Vice President Global Marketing, Sales and Clinical research MRI bij Philips Healthcare. Daarmee is ze verantwoordelijk voor het optimaliseren van de huidige productportfolio en het richting geven aan toekomstige innovaties van Philips op het gebied van MRI in de gezondheidszorg. Het huidige productportfolio wordt wereldwijd verkocht en in samenwerking met onder andere ziekenhuizen wordt onderzocht aan welke producten en diensten nog meer behoefte is. De overall business wereldwijd betreft ca 1,5 miljard euro.

### **Passie voor health care**

“Het is mijn passie om de behoefte van klanten, de customer insight, om te zetten in business opportunities. Eerst erachter komen wat mensen drijft, wat hen bezighoudt, en dan een oplossing bieden.

Het valt mij op dat iedereen die in healthcare werkt, altijd bezig is om elkaar te helpen. Onze klanten zoeken echt naar mogelijkheden en oplossingen om de juiste diagnose te kunnen stellen en om de juiste behandeling aan te kunnen bieden. Er is feitelijk geen sprake van concurrentie, mensen willen juist kennis met elkaar delen. Het is prettig om in deze wereld te werken en dat je op deze manier een verschil kunt maken. Op deze manier hoop ik mijn bijdrage te kunnen leveren aan een betere wereld.

### **Kleding die het verschil maakt – de SheSuit touch**

Ik reis veel, zeker 1,5 week per maand ben ik wel ergens in Amerika of Azië. Daardoor zie ik veel verschillende culturen. Wat ik interessant vind om te zien is dat eigenlijk in alle landen de vrouwen veel zakelijker en verzorgder uitzien dan in Nederland. Maar zakelijk kan in mijn ogen ook wel een beetje mannelijk of tuttig zijn en dat wil ik voorkomen.

Daarom vind ik het een sport om mijn eigen stijl te hebben en aan mijn (zakelijke) kleding een vrouwelijk touch te geven. Niet saai, niet tuttig, wel leuk, wel verzorgd en met een knipoog.

Dat vind ik juist zo leuk aan SheSuit. Dat er bijvoorbeeld bijzondere details in de kragen en mouwen zijn verwerkt, waar je niet eerder over hebt nagedacht, maar die de kleding net even anders maken, zodat je je eigen stijl kunt laten zien. Bijvoorbeeld een beetje sportief en toch netjes. Bovendien is de kwaliteit en de pasvorm goed en dat vind ik belangrijk. Want dan zit het lekker en dan kom je goed over. Dat wordt ook door anderen gezien en je krijgt complimenten.

Mijn perceptie was dat kleding op maat laten maken juist heel saai zou zijn en vooral niet vrouwelijk. Niets is minder waar bij SheSuit. Het is juist de SheSuit touch die zorgt dat je kleding niet dertien in een dozijn is. Ik kan eigenlijk niet goed benoemen wat het is dat de kleding zo onderscheidend maakt. Het ontwerp? De kwaliteit? De stoffen? De stijl? De pasvorm? – alles bij elkaar waarschijnlijk.

Daarnaast vind ik het fascinerend dat alles hier in Amsterdam met de hand gemaakt wordt. Nu kom ik er pas achter dat dure kleding in winkels vaak niet eens dat vakmanschap heeft dat een SheSuit wel heeft.

## Een quotum voor meer vrouwen in de top?

Als ik naar mezelf kijk dan denk ik dat vrouwen in Nederland best kansen krijgen. Maar soms lijkt het of vrouwen het zichzelf moeilijk maken, door alles tegelijk te willen en dat kan niet. Je moet keuzes maken. Niemand kan alles tegelijk.

Toch realiseer ik me dat er ook wel een mannencultuur bestaat waarin de baas, mogelijk zelfs onbewust, een kopie van zichzelf inhuurt als opvolger.

Wat dat betreft is een quotum niet zo'n gek idee. Het goede daaraan is dat je een situatie krijgt dat je een team of board laat ervaren wat diversiteit kan betekenen. Je geeft mensen een perspectief om met andere soorten leiders samen te werken en de voordelen hiervan zelf te ervaren. Daarna zal het dus veel natuurlijker gaan om meer diversiteit in de top te krijgen.

## Tips voor vrouwelijke leiders

Persoonlijk merk ik ook dat je een andere sfeer krijgt als er meer vrouwen in de board zitten. Dat verschil begint niet bij een of twee vrouwen. Bij drie of meer merk je een positief effect.

Vrouwen moeten namelijk echt wel ergens doorheen breken. Ze moeten bewijzen dat ze het kunnen. Vrouwen zijn over het algemeen wat bescheidener en eerlijker. Mannen bluffen zich sneller ergens doorheen. Vrouwelijke eigenschappen zijn van belang voor het goed functioneren van een organisatie.

Het is belangrijk dat vrouwen in zichzelf geloven dat ze uitgaan van hun eigen kracht. En daarin kunnen we elkaar helpen.

Bij Philips hebben we bijvoorbeeld een leadership programma voor vrouwen. Dit gaf me inzicht dat je als vrouw vaak tegen dezelfde dingen aanloopt binnen het bedrijf en je elkaar als vrouw kan coachen en steunen. Het is belangrijk om je eigen authentieke leiderschapstijl te ontwikkelen en het is niet nodig om manlijke gedrag te kopiëren.

Daarmee krijg je ook meer acceptatie voor diversiteit. En zoals uit zoveel onderzoeken blijkt: een meer divers team leidt tot meer (zakelijk) succes.”

