FAST MOVING CAREERS

FMCG

Hplus Select is hét recruitmentbureau voor toptalent en dé specialist in het vinden van de beste kandidaten voor commerciële sales- en marketingfuncties binnen FMCG.

Headhunter Huub Terpstra schrijft regelmatig voor zijn social media volgers op LinkedIn vanuit zijn rubriek ***Fast Moving Careers*** (30.000 volgers). *"Een groot online platform dat op inspirerende wijze een inkijk geeft in zowel iemands zakelijke carrière als persoonlijke kant – voor meer exposure en ter inspiratie!"*

Huub interviewt managers uit zijn FMCG-netwerk met vragen over zijn of haar carrière. Dit keer **Patrick van Gils - TOPpresentaties, spreker/moderator, trainer/coach**

"Spreek vanuit je hart en Pak je Podium!"

Wat was je eerste échte baan (in FMCG) en hoe kwam je daar terecht?
Mijn start was in de marketing bij ***Schoevers*** *(later onderdeel van* ***Content*** *– bekend van Sylvia Toth – Zakenvrouw van het jaar 1985).*
Mijn eerste échte FMCG-omgeving was ***McDonald's Nederland****, waar ik jarenlang Marketing en later Communicatie en Woordvoering deed. Ik rolde daarin via mijn liefde voor marketing en communicatie, in de huid van de ander kruipen, timing, boodschap, media en "hoe krijg je mensen mee". Die fascinatie zat er al vroeg in en werd mijn vak.*

Wel grappig om te vertellen; Ik was zelf al jaren fan van McDonald's in de jaren '70 en '80. Als klein jongetje met m'n ouders naar de bioscoop en daarna naar de McDonald's, alles was daar gaaf en anders dan de lokale snackbar, andere zakjes, andere frietjes, andere saus, andere broodjes, andere cola-bekers etc. dat heeft me onbewust getriggerd.

Zie ook de iconische McDonald's-Reclame eind jaren '80: ***"Ze zei meneer tegen me!"***
=> *https://youtu.be/nUTxZ_L83g0*

Dus ik was al fan, maar voor mij was McDonald's ook het toonbeeld van Marketing, USA en FMCG..., dus toen ik in 1993 na een sollicitatie in contact kwam met Michiel Hiemstra en Jan Nelissen van McDonald's Nederland was ik er vrij snel uit. Ze zochten een Brandmanager (dat heette toen nog Marketing Coördinator) voor de "Local Store Marketing activiteiten" (LSM).
Maar je gelooft het niet, in dat jaar stopte de toenmalige oprichter/CEO Jan Sybesma net bij McDonald's Nederland en werd René Savelberg zijn opvolger. Helaas voor mij – de organisatie en alle afdelingen en teams werden opnieuw bekeken – en ik kon toen niet starten op de afdeling Marketing. Dus ik bleef nog even bij Content en een jaar later werd ik benaderd. In 1994 ben ik alsnog gestart als Marketeer voor de Lokale Marketing (LSM). Daarna werd ik gevraagd voor "Family Marketing", alles mbt de doelgroep families met kinderen: Happy Meal en Ronald McDonald. Ook lid van het European Youth Committee. Een boeiende periode en veel geleerd. Ook al was ik zelf nog geen vader terwijl ik wel Family Marketing deed ;-)
Mijn 3e stap binnen marketing was als National Marketing Manager; daar mocht ik nationale campagnes doen, NPD's, lid van PMT (Product Management Team), innovaties etc. Zo hebben we McFlurry, McMorning, McCafe en later de McKroket (1999) met de "Hollandse Weken" promotioneel en later als permanent succesvol product op de kaart in Nederland gezet. Dat was ook in de tijd samen met jou Huub, weet je nog?
En (maar ik wil geen mensen tekortdoen) met: Richard Oomens, Pascal Koot en alle bevlogen collega's. Geweldig Marketing-team samen met Result (later Result DDB) als reclamebureau, die we zagen als collega's. En soms ook op de afdeling zaten bij ons in Amsterdam of wij bij hen in Amstelveen.
Totaal 6 jaar alle functies binnen marketing gedaan, waarbij ik ook al die jaren tevens organisator/dagvoorzitter/presentator van de Coop-dagen was (McDonald's werkt met een Coöperatie van Franchisenemers die een of meerdere McDonald's restaurants bezitten en beheren; 2x per jaar hadden we Coop-dagen in het land).

In het jaar 2000 – we hadden inmiddels Addy Hendrikx als nieuwe CEO – werd ik gevraagd om Hoofd Corporate Communicatie en Woordvoering van McDonald's Nederland te worden. De cirkel was rond voor mij: Marketing gedaan en dan nu Communicatie, en dat bij een global brand. Fantastisch!
Dit was ook het jaar dat McDonald's een strategische keuze (!) maakte; de positionering ging steeds meer naar verantwoorde producten en informatievoorziening. In een periode waar overgewicht hoog op de politieke agenda stond in Nederland. En zelfs wereldwijd wilde McDonald's niet onderdeel zijn van "het probleem", maar van "de oplossing..!" Nieuw assortiment maaltijdsalades (McSaladShaker en later de introductie van het concept SaladsPlus), fruit en yoghurts werden toegevoegd. Daarnaast: contacten werden aangehaald met de media, TV, radio, het Voedingscentrum, politici in de 2e Kamer, een professor op de VU en andere opinieleiders.

Dit was ook de tijd van "Supersize Me", de documentairefilm van Morgan Spurlock die een maand lang 3x per dag naar McDonald's ging en daar een documentaire over maakte (2004).
Het McDonald's logo en de merkkleuren gingen van rood/geel naar groen/geel. Dit is een gefaseerde omslag geweest in een aantal jaren; naast de producten en assortiment werd ook het restaurant zelf, de inrichting, de kleding e.d. aangepast. Eigenlijk alle P's van Marketing, incl de P van Personeel. Ook hierin hadden de vaste buro's een belangrijke inbreng; zowel het team van ***DDB*** *als reclamebureau als het team van* ***Bennis Porter Novelli*** *als PR & Communicatie bureau (en later met de nieuwe bureaus TBWA en Ketchum Pleon).*

Wat was je vervolgbaan?
Na ruim 13 jaar McDonald's Nederland vond ik het tijd voor iets anders. Ik zag een vacature in Adformatie voor ***Studio 100****, het bedrijf van Gert Verhulst – ze zochten een Marketing & PR manager. Hier kwam alles bij elkaar voor mij: marketing, communicatie, PR én TV, media en entertainment. Na een sollicitatie in België mocht ik starten in het nieuw te openen Nederlandse Studio 100-kantoor in Hilversum op het Mediapark, ik werd MT-lid en mocht gelijk starten met het "Zomerfestival – 10 jaar K3".*
Een geweldige tijd (2007-2009).

Na 2 jaar werd ik tijdelijk teruggevraagd bij McDonald's Nederland, in dezelfde functie. Dit heb ik een jaar gedaan en werd toen gevraagd door ***Makro Nederland*** *om daar Hoofd Corporate Communicatie te worden. Makro ging een vernieuwende fase in, veel opener en naar buiten gericht, meer met de pers en écht als "Partner voor Ondernemers". Ik ben Anja Verheij hier nog altijd dankbaar voor. Ik heb er 4 jaar gewerkt; van 2010 tot 2014, dit was tijdens de wereldwijde financiële crisis. Ook Makro moest inkrimpen en personeel ontslaan. In september 2014 verloor ik in een grote reorganisatie mijn baan en stond ik op straat…!*
Het ontslag bij Makro was voor mij het kantelpunt en ik besloot om mijn eigen pad te kiezen. Ik volgde mijn hart en maakte van mijn passie mijn nieuwe werk.

Ter inspiratie: Ook hier was McDonald's een voorbeeld voor mij; in die tijd heb ik veel gedacht aan ***Ray Kroc****, de founder van McDonald's. Hij was toen 55 jaar en milkshake-verkoper bij de start van zijn imperium met McDonald's. Zie Netflix: "The Founder" (2016) het waargebeurde verhaal over de opkomst van fastfoodketen McDonald's.*

Bij welk bedrijf werk je nu?
Ik ben oprichter en eigenaar van ***TOPpresentaties****. Opgericht in 2014. Met daarin een "Spreek met Impact Academy" voor professionals die krachtiger willen worden in public speaking. We verzorgen in-company teamtrainingen en ik geef zelf veel presentaties en keynotes op interne en externe bijeenkomsten. Keynotes als "De Perfect Pitch", "Spreek met Impact", "Stoomcursus Storytelling" of "Trots; het onbenutte potentieel in iedere organisatie". Als trainer/coach én spreker/moderator ben ik inzetbaar in binnen- & buitenland. Het leukste: ik zie mensen letterlijk "aan" gaan – met meer lef, meer helderheid, meer overtuiging. En alles is super praktisch: weinig praat, stapsgewijs en veel doen. Met een veilige setting zodat mensen in groepen en 1-op-1 durven en groeien op het snijvlak van spreken en luisteren krachtiger en overtuigender worden.*
https://toppresentaties.nl/
Huub, je hebt me nog enorm geholpen bij de opstart mijn eigen bedrijf en als ondernemer. Noem het "Career Coaching op weg naar Ondernemerschap"!

Wat wilde je als kind graag worden? En is dat gelukt?

Ik wilde DJ / Radiomaker worden. Op mijn 12e zat ik al achter de microfoon bij de lokale omroep. Daarvoor – op de lagere school – stond ik ook al regelmatig op het podium, spannend, maar ook heel fascinerend…, toen al.

Is het gelukt? Niet als fulltime DJ, maar wel als inspirerend communicator. Ik sta nog steeds "on air", alleen nu op podia en in trainingszalen.

Ik gebruik bij mijn sessies vaak muziek en ook de herkenbare metaforen uit muziek; deelnemers vinden dat inspirerend en energie gevend. Een voorbeeld van zo'n metafoor: een succesvolle pitch is net als een hitsong: de song is opgebouwd uit een sterk refrein en coupletten. Zo ook je pitch en presentatie. Die gedachte van het refrein en coupletten helpt mensen hun bak aan informatie die ze willen overbrengen te stroomlijnen.

Daarnaast gebruiken we vaak de microfoon om iemand bewust te maken van de kracht en reikwijdte van z'n stem.

Diep van binnen denk ik vaak: "de DJ zit nog steeds in mij". En het is nog steeds spannend en fascinerend. Dat is passie; het verlangen.

Leuk weetje: het woord "Passion" betekent ook worsteling, lijden of ondergaan, maar ook met "hart en ziel" in opgaan, hartstocht en gedrevenheid. Ja dat past wel bij me.

Wat is dé onderscheidende stap in je carrière geweest die voor versnelling zorgde?

De versneller zat in 2 delen van mijn carrière:

Eerste was bij McDonald's de overstap van Marketing naar Communicatie, een nieuwe directeur die te gast was en achter in de zaal zat had mij op het podium zien staan en vroeg mij voor deze "bold move". Dat was wel een grote overstap die mij in mijn kracht zette en mijn carrière in een versnelling bracht.

En de 2e was ondernemer worden en mijn vak (Pitchen/Presenteren/Storytelling) volledig te claimen als mijn domein. Het domein waar ik van kinds af aan tot op het hoogste corporate niveau oneindig veel meters in heb gemaakt en nu kan overbrengen aan anderen.

Heel bijzonder; dat gebeurde na de reorganisatie bij Makro: ik had niets meer te verliezen en besloot mijn hart te gaan volgen, en daar mijn bedrijf van te maken: TOPpresentaties.

Vanaf dat moment werd "podium pakken" niet alleen iets wat ik altijd al deed bij de corporates en bedrijven waar ik werkte (McDonald's, Studio 100 en Makro), maar wat ik nu dagelijks aan anderen leer en mag doen. Met heel veel plezier en passie!

Wat is de beste les die je geleerd hebt?

Iedereen wil een goede indruk maken. Dat gaat over jouzelf. Nog beter is het als je impact wil maken. Dat gaat over de ander. Dat je de ander weet te raken en te bewegen. Dat is waar ik voor sta.

Impact ontstaat niet door een perfect verhaal, maar door authenticiteit + enthousiasme + interactie. Enthousiasme is besmettelijk, en een goed gesprek is nooit een monoloog. Te veel mensen zijn te druk met zichzelf en zenden veel, vooral in pitches. Maar het gaat er juist om "Wat wil de ander horen of zien?".
Tip: Leef je goed in de ander in, bereid je voor en (vooral) hou het kort, krachtig en persoonlijk; dan word je geloofd en onthouden. Zie ook ***McDonald's – "I'm Loving It"*** *(dat is ook kort en krachtig, goed over nagedacht en makkelijk te onthouden).*

Waar ben je goed in en waar ben je minder goed in?

Ik ben goed in ingewikkelde inhoud terugbrengen naar één scherpe, heldere en aansprekende kernboodschap die mensen onthouden én kunnen herhalen. Daar heb ik als woordvoerder enorm veel ervaring in opgedaan: van complexiteit naar eenvoud.
Minder goed: ik kan ongeduldig worden als mensen blijven "nadenken" terwijl het tijd is om te dóén. Maar eerlijk: dat is ook precies waarom mijn trainingen zo praktisch zijn.

Wat is je grootste hobby?

Muziek is mijn grootste hobby: trilling, energie, beweging – precies wat spreken ook is.
Verrassing: al jong "pitchte" ik ons illegale radiostation naar lokale ondernemers om te adverteren op onze radiozender; we verdienden geld voor platen met onze woorden, timing en energie. Dat fascineerde me toen al. Al vond ik het altijd superspannend om op mijn 12e op een ondernemer in z'n zaak vol met klanten af te stappen..., maar het werkte. Super fascinerend.

Waar ben je (zakelijk) het meest trots op?

Dat ik een uur lang heb mogen presenteren in aanwezigheid van ***Koningin Máxima*** *op rij 1 in de zaal met ruim 100 professionals van profit- & non-profit organisaties. Spannend maar onvergetelijk. En dat mijn LinkedIn-post daarover enorm werd gedeeld, veel mensen raakte en viral ging. Dat moment voelde als: oké, dit is groter dan ik.*

Ook trots op de erkenning bij McDonald's. Daar ontving ik in 2004 de wereldwijde Presidents Award, internationaal toegekend aan de top 1% McDonald's medewerkers wereldwijd die aanzienlijke resultaten hebben geboekt, voor een stevige vernieuwende integrale doelgroep- & stakeholdergerichte SaladsPlus-aanpak in een spannende maatschappelijke tijd in Nederland, de "strategische keuze" waar ik het eerder over had hierboven in dit interview.

Wat is je favoriete muziek, artiest of band?

Alles met "groove & ziel": funk, pop, soul – muziek die beweegt.
Want dat is mijn meetlat: als het niet beweegt, gebeurt er niets (ook niet in een pitch).
In mijn DJ-tijd is mijn passie voor instrumentals en jingles ontstaan. Daar kon je zo lekker spotjes en promo's op inspreken.
"Happy" van Pharell zet mensen altijd "aan". Jaren was ik op zoek naar 1 herkenbaar nummer. Uiteindelijk heeft Shazam me geholpen: "The Groove" – een iconisch jazz-funk nummer uit 1980 van de Amerikaanse pianist Rodney Franklin. "Groove" is letterlijk "groef" van een vinylplaat; "Je leven loopt lekkerder als je in de groef, in the groove, leeft".
https://open.spotify.com/track/1WFPTf7PV29lWVowZBGl83?si=8ed6da323aaa41a4

Heb je een favoriete podcast waar je naar luistert? Heb je nog tips?

Vele podcasts luister ik graag.
"*Over Spreken Gesproken" van Glenn Vergoossen, waar ik in aflevering 3 ook mijn eigen verhaal mocht vertellen. En ook "StoryBrand" van Daan Schmidt, die podcast zit bomvol tips over pitchen en presenteren:*
https://open.spotify.com/episode/2gm4Zq50KCLv9IcKuRnjG3?si=104359a89ffa4cb5

Wat is je lievelingsfilm en waarom?

Niet echt een lievelingsfilm, maar wel twee mooie ervaringen met film en TV:
Omdat ik in Zwanenburg – een dorp onder de rook van Amsterdam – ben opgegroeid, vond en vind ik "Amsterdamned" fascinerend. Alleen al door het bekende stadsdecor van de Amsterdamse grachten (1988, Dick Maas).

Maar ook "De Fabriek", een Nederlandse hitserie bij de TROS, beginjaren '80 met miljoenen kijkers elke week. Die is opgenomen bij onze voormalige CSM-suikerfabriek in mijn geboortedorp Halfweg. Toen is mijn fascinatie voor media en TV ontstaan; al die cameraploegen bij ons in het dorp voor opnamen voor de TROS, geweldig vond ik dat!

Welke eigenschap helpt je het meest op weg in je carrière? En waarom?

*Enthousiasme**.** Als jij ergens in gelooft, straal je dat uit, gaat je omgeving dat voelen – en dan ontstaat beweging. Daarna komt pas de techniek. Blijkbaar heb ik van nature een enthousiasme dat me altijd heeft geholpen en onderscheiden van anderen als ik op een podium stond.*
Door mijn stem en mijn presence; ik was me er nooit van bewust. Nu wel.
En nu help ik anderen om, naast sterke inhoud ook hun eigen authentieke enthousiasme te hervinden en met hun boodschap, hun stem, "hun groove", hun presence in te zetten op die momenten dat je het verschil moet of wilt maken.

Wie of wat ben je verloren onderweg tijdens je carrière?

Ik heb onderweg een stuk bescheidenheid ingeruild voor mijn ruimte ook te mogen innemen. Je zou met mijn levenspad en carrière kunnen denken dat ik dat van nature heb. Nope…, niets is minder waar. Ten diepste ben ik bescheiden. Ik zet zelf eerder de stap terug en naar achteren om de ander de ruimte te geven.
Die eigenschap helpt niet altijd. Maar heeft me ook bewust gemaakt dat juist in persoonlijke coaching goed kunnen luisteren en de ander de volle aandacht geven juist zo'n prettige eigenschap is. Tenminste…, dat zeggen mijn cliënten altijd.

Welke opleiding heb je gedaan? En waarom deze keuze?

In een ver verleden ondernemersschool, HEAO-CE en de NIMA's daarna.

Ik ben gevormd door het vakgebied Marketing & Communicatie en vooral door het jarenlang doen in topomgevingen met topcollega's en bureaus waar ik altijd veel van heb geleerd. McDonald's Nederland was hierbij wel de aller-allerbeste leerschool, hoog niveau en gelijk in de praktijk. Die keuze past perfect bij mijn drive: mensen meenemen met woorden, media en presentatie.
*Ook heb ik voor mijn werkgevers – waaronder ook McDonald's – topopleidingen in binnen- en buitenland mogen volgen. De beste van de beste mediatrainingen, presentatietrainingen, pitchtrainingen, leiderschapstrainingen gekregen. Daar ben ik het bedrijf nog altijd dankbaar voor. In 1994 mocht ik naar "**Hamburger University**" in Chicago. Klinkt altijd grappig, maar is intensieve high level marketing course van McDonald's Corporation. Een onvergetelijke ervaring.*

Welk topmerk spreekt je het meeste aan? En waarom?
*Ik heb een zwak voor merken die simpel communiceren en consequent zijn; want dáár zit power. **HEMA** doet dat geweldig. Dat is precies wat ik professionals in organisaties in hun eigen communicatie ook leer: dezelfde kern, eigen stijl, overal herkenbaar.*
*En natuurlijk **McDonald's**; blijft een toonbeeld van een merk dat decennialang relevant weet te blijven. In the past, present en future. Knap staaltje merk..., eh werk.*

Welke beroemdheid zou je graag eens ontmoeten?
Mark Rutte.
Mijn oud-buurman was ooit personeelsman bij Unilever en Mark Rutte werkte daar ook ooit op zijn HR-afdeling bij Unilever. In die tijd en in Mark's superdrukke agenda koos hij er steevast voor om ieder jaar met mijn gepensioneerde buurman en enkele andere HR-pensionado's een dag op te trekken. Dat weten weinigen. Mooie kant van Mark als mens. Daarnaast vind ik Mark Rutte briljant hoe hij er in ieder moment staat.
Zowel als Minister-President,14 jaar lang (met o.a. de MH17 en de Coronapandemie), als sinds 2024 als Secretaris-Generaal van de NAVO. Op inhoud, stem, verbaal en non-verbaal, uitstraling etc. Ga d'r maar aan staan. En ja... ook hem valt kritiek ten deel.
Mark zou ik nog wel eens willen ontmoeten, heeft iemand zijn 06-nummer ;-)?

Heb je een lijfspreuk die bij je past of die je veel gebruikt?

"Pak je podium". Mijn motto.
Die zin raakt ook die diepere laag dat we allemaal, ja iedereen, onze ruimte, plek en tijd mogen innemen om onszelf te laten zien en horen. Je podium is overal; in ieder situatie waar je zit, staat of bent. Pak je podium! En spreek je uit....

Welke overtuiging hield jou het langst klein? En hoe heb je 'm gekraakt?

Dat anderen beter zijn dan ik. Dat is niet zo – weet ik inmiddels – maar het heeft me lang achtervolgd. Iedereen heeft zijn unieke pad in het leven. Niemand heeft het pad doorlopen zoals jij. Alleen daarom al mag je je uniek en bijzonder voelen.
Het is ook echt zo; mijn ondernemersjaren hebben dat gekraakt.

Wat is het grootste misverstand over je vakgebied "Overtuigend Spreken"?

Mensen denken dat je geboren spreker of een natuurtalent moet zijn. Dat is niet zo.
Ik ben daar zelf het lichtend voorbeeld van. Iedereen kan leren zichzelf en z'n boodschap krachtig te presenteren. Met inhoud, stem en presence. Ik heb er zelf vele jaren over gedaan. Voor mijn deelnemers de "shortcut". Ik leer het je. Hoe fijn!?

Hoe zie jij de nabije toekomst van je carrière? Heb je nog speciale wens(en)?

Nog meer mensen bereiken met dezelfde missie: iedereen verdient een podium en een pitch. Ik bedoel: ieder mens verdient het om gezien en gehoord te worden. Vanuit zijn authentieke kwaliteiten en talenten.
Dus ik ga door met meer keynotes, meer coachingprogramma's, meer content (zowel als boek, podcast en online) die mensen helpt om echt overtuigend, ontspannen en authentiek te spreken.
Mijn live en onlineplatform is de "Spreek met Impact Academy"; voor professionals die op het snijvlak van spreken en luisteren krachtiger en overtuigender willen worden.

Welke levensles zou je allen – en jonge mensen in het bijzonder – mee willen geven?

Wacht niet tot je "er klaar voor bent". Doe het nu; en maak het onderweg beter.
In de corporate wereld was (en is) er soms koudwatervrees voor het doen, dus heel veel denken, onderzoeken en intern bespreken. En ondernemerschap is vooral "doen",

probeer, leer en continueer de route. In pitchtermen: zeg je naam, zeg wat je betekent, stel een goede vraag aan de ander en wees enthousiast: dan kom je al belachelijk ver.

EXTRA => Voor de lezers van rubriek Fast Moving Careers nog een waardevol kadootje:

- *Het **Persoonlijk Pitch** Pakket: In een handomdraai maak je een vlijmscherpe persoonlijke introductiepitch, die klopt in je hoofd en goed voelt om uit te spreken. Je krijgt het Pitch Pakket kosteloos in je mail: Pitchkompas + Audiotraining + 27 Impacttips + Persoonlijke praktijkvoorbeelden.*
- *Claim het nu: https://toppresentaties.nl/gratis-ebook-pitch-en-presentatie-tips/*
- *Hierbij wordt onder de aanvragers 3x het boek "Effectief Pitchen & Presenteren" van Patrick verloot ➔*

Maart 2026

https://www.linkedin.com/in/patrickvangilscommunicatie/





= twee good old oud-collega's McDonald's Nederland =