

Goede bedoelingen werken zelden goed uit

Een van de pijlers van de netwerkeconomie is weggeven. Je geeft je drugs gratis weg en eenmaal *hooked* is de klant gewillig tot afname bereid. Dat gaat via de olievlek die internet heet, lekker rap en goedkoop. Alles staat en valt met de kwaliteit van de dope. Dat maakt het geheel een eerlijk systeem.

Echt mooi

Zo maken sprekers boekjes. Boekjes die ze weggeven om attentie te krijgen van mensen die nog niet in de zaal zaten. Ik heb ook weer een nieuw boekje en ditmaal is het echt mooi geworden. Ik heb er inmiddels zo'n vijfhonderd weggeven en ben bijna aan het einde van mijn campagne (pfff). Het probleem is, dat mijn klanten heel lovend zijn. Ze gaan vragen of ze er 25, 75 of 150 mogen afnemen en wat dat dan kost. Op zich voor mij geniaal. Omdat ze het leuk vinden. Omdat mijn klanten die boekjes weer weggeven aan andere potentiële prospects. Dus ik verkoop de boekjes in aantallen graag tegen de kostprijs. Want dat is, dacht ik, de netwerkeconomie.

Verstoren

Maar dan loop je in Nederland tegen muren op die 'goede bedoelingen' heten. Vroeger dacht ik dat met goede bedoelingen niks mis was. Maar ik ben gaan inzien dat goede bedoelingen vaak negatieve uitwerkingen hebben. Goede bedoelingen kunnen de boel verstoren, ten koste van dingen die buiten de goede bedoelingen vallen. Terwijl bovendien discutabel is waarom. Want waarom reken je over een boek 6 procent btw en over een dvd 19 procent, ook als het een dvd is van die eenzame documentairemaker of kunstenaar? Waarom is de minimale broodprijs in 1993 afgeschaft en bestaat de vaste boekenprijs anno 2011 nog steeds? Het komt erop neer dat ik onder de dertig exemplaren maximaal 5 procent en onder de honderd stuks niet meer dan 10 procent korting *mag* geven. *Mag* ja, want dat is de vaste boekenprijs. Spreker of niet. Netwerkeconomie of niet. Het echte antwoord is dat kwaliteit zichzelf moet verkopen. Al het andere is onzin.
100+ boekjes, iemand?

Cheers!

DAAN QUAKERNAAT (daan@quakernaat.nl, www.quakernaat.nl) is spreker. Met zijn voordrachten helpt hij bedrijf en bestuur met het bouwen van kathedralen. Met het vinden van de balans tussen de zwarte en de witte wereld.

Ik deel uw wereld in, in een zwarte wereld en een witte wereld. Uw zwarte wereld is dat deel dat je kunt vatten in cijfers en regels. Structuurtje, checklistje, blokje, pijltje. Uw witte wereld past fundamenteel niet in een computer of blokjes en pijltjes. Visie, mensen, passie en ideeën, de dingen die we softere zaken noemen.

