



Natuurlijk, u bent dé specialist in uw vakgebied. Marktleider zelfs, zegt u? Geweldig. En wellicht heeft u ook nog prijzen gewonnen, en bent u door uw vakbroeders bekroond vanwege uw dienstverlening en assortiment. Prachtig. Geniet ervan. Maar hou het voor u.

Een kapitale fout die veel ondernemers maken, is dat ze zichzelf op een sokkel plaatsen: Wij zijn de beste! En hoe meer u dat roept, hoe meer anderen daaraan gaan twijfelen. Kijk maar naar ABN AMRO, die zichzelf jarenlang stoer De Bank noemde. De meer bescheiden Rabobank is nu nog bezig alle overgelopen klanten in te schrijven.

Ook dichterbij huis kom je veel van dat foute opsokkelgedrag tegen. Zo zag ik onlangs een filmpje waarmee de gemeente studenten naar Tilburg probeerde te lokken: 'Tilburg. Bijna de vijfde stad van Nederland'. De 1100 aanwezige pubers proestten het uit: 'stelletje losers!'.

Een paar maanden terug vond de Tilburg Tingo plaats. Een enorme bingo in het Koning Willem II Stadion. Na iedere bingoronde was er een muzikaal optreden. Onder meer van Corry Konings. Toen zij het veld opkwam, werden we begroet met de volgende woorden: 'Hallo allemaal. Als eerste ga ik het liedje 'Huilen is voor jou te laat' zingen. Dat heeft in 1970 meer dan 40 weken in de Top 40 gestaan, dus dat wil wel wat zeggen. En Evert Santegoeds gaat mijn biografie schrijven, dus ook nu is er nog steeds volop aandacht voor mijn muziek'. En terwijl Corry begon te zingen, werd het doodstil in het stadion.

Hoe anders was de opkomst van Lee Towers. De Rotterdammer loopt het veld op, en wordt onmiddellijk voor paal gezet door het voltallige publiek: iedereen maakt het bekende elleboog-gebaar naar Lee Towers. En hoe reageert Lee Towers? Zeggen dat hij een groot artiest is en nu zijn beste hits gaat zingen? Nee. Lee Towers lacht naar ons, maakt hetzelfde elleboog-gebaar en roept:

'Tilburg, jullie zijn geweldig!'. Nou, dat vonden wij natuurlijk ook van onszelf, en dus ging het dak eraf.

Als klanten ergens een hekel aan hebben, is het wel aan arrogantie bij bedrijven. Waarom moet u zich zo op de borst kloppen? Hoe meer u dat doet, hoe meer anderen u eraf gaan praten ('ja, dat roepen ze wel, maar...'). Als u zo goed bent, laat dat gewoon zien in uw acties.

Wie lef heeft en succesvol wil zijn, durft zichzelf te ontsokkelen. Ook Hans Wiegel is hier groot mee geworden. Hij pocht nooit met zijn kennis, maar reageert op lastige vragen steevast met: 'Ik weet hier natuurlijk niet zoveel van, maar...' en geeft dan vervolgens een prachtig antwoord. En dat kan uw bedrijf toch ook? Kom gewoon van die sokkel af, zodat daar plaats is voor diegene die écht op de sokkel hoort: uw klant!

