

## HET SIMPELSTE ADVIES

**O**f het een broodjeaapverhaal is of niet wat die student Industrieel Ontwerpen aan de TU Delft me decennia terug ooit aan een toog vertelde, dat doet er eigenlijk niet zoveel toe. Tijdens zijn opleiding hadden ze hem verteld over een man die naar de directie was gestapt van het bedrijf dat het schoonmaakpoeder Vim produceerde. Het klassieke product is sinds 2004 van de markt en vervangen door een vloeibare variant, maar zeker de oudere lezers van dit periodiek zullen zich herinneren dat de ouderwetse Vim werd verkocht in van die kartonnen cilindrische bussen met strooigaatjes aan de bovenzijde. Hoewel de inhoud van die bussen vooral bedoeld was om aanrechten en pannen mee te schuren, poetste mijn nonna er haar tanden mee en die had ze op haar 95e allemaal nog. Maar dit terzijde, want voor alternatief gebruik van het middel was die man niet naar de directie gestapt. Nee, de verkoop van Vim was gestokt, en hij wist hoe dat kwam. En de goede man had ook een idee over hoe de verkoop van het aanvankelijke succesmerk voor het huishouden weer op gang kon komen. In ruil voor een bescheiden percentage van de omzetstijging wilde hij zijn remedie wel delen. De directie, die reeds allerlei dure adviseurs had ingehuurd die de verkoop evenmin hadden weten te stimuleren en min of meer ten einde raad was, ging akkoord. Waarop de man adviseerde:

jullie moeten die strooigaatjes wat groter maken, want die raken te snel verstopt. Zo gezegd, zo gedaan, de gaatjes werden vergroot, de verkoop steeg significant en deze man werd multimiljonair. Van het 'maak de strooigaatjes wat groter-advies' dus!

Vrij naar een overleden volksfilosoof:

**ADVISEREN IS SIMPEL, MAAR SIMPEL**

**ADVISEREN BLIJKT VAAK HET**

**MOEILIJKSTE WAT ER IS**. Adviesrap-

porten blinken tegenwoordig niet zelden uit in wollig taalgebruik. Die rapporten zijn ook vaak zeer omvangrijk – het valt immers niet mee om organisaties die in snel veranderende en uiterst complexe omgevingen moeten zien te overleven van kort en bondig advies te voorzien.

Desalniettemin: is het een idee om, nu M&C twintig jaar bestaat (van harte, Mediawerf!), een jaarlijkse prijs in te stellen voor het simpelste advies?

Net als schrijven komt adviseren neer op schrappen. Maximaal een half A4tje met daarop het probleem én het advies. En wie meer tekst nodig heeft, krijgt een antieke bus Vim opgestuurd om de tanden mee te poetsen.

---

Vittorio Busato is psycholoog en publicist. Hij is oud-hoofdredacteur van *Management & Consulting* en nu hoofdredacteur van *De Psycholoog*. Onlangs verscheen zijn debuutroman *Impact*. Hij was van 2008 tot 2011 hoofdredacteur van M&C.

