

Het incasso-defilé van de perpetuum mobile

Populair in deze tijd van het jaar is het opkrikken van de verkoopresulaten. Het doet er niet toe hoe en wat, als er maar een turfje kan worden gezet op de verkooplijst. De meest onwaarschijnlijke aanbiedingen vliegen daardoor om je oren: mobiel abonnement voor anderhalve euro, honderd belminuten voor een briefje van vijf, een gratis DVD-speler bij de breedband en een complete PC kado bij een Nokia nog wat.

Dat allemaal om wéér een naam, adres en bankrekeningnummer te pakken te krijgen. Het is genot van korte duur. Enkele kwartalen later speelt een ander boekjaar, en is de manager in kwestie al weer verder gehopt. Een jaar later manifesteert zich een nieuwe baas en begint de cyclus weer opnieuw. Sprekend voorbeeld van een perpetuum mobile op energie van goedgelovige klanten en vastgeroeste medewerkers. Het lijkt wel alsof de excel-sheet regeert. Hoe hoger de simpele getallen, hoe sneller de top tevreden is. De vraag of al die nieuwe "klanten" ook nog klant worden, wordt snel van tafel geschoven. In het laatste kwartaal heersen alleen de mannen van de grote getallen. Het zijn nooit vrouwen. Die houden wel van overdrijven en je mooier maken dan je bent, maar ze zijn wars van valse cijfers en verdraaide resultaten. De femina vertrouwen ons mannen dan ook niet, ook al kunnen we kaartlezen. Dat wantrouwen projecteert zich op alles wat driebevingen bedacht hebben, van magnetron koken tot maagdenvliesherstel, van een ladyphone tot een SMS-code om naar het toilet te kunnen. Inderdaad, hoe bedenken mannen die gedwongen plaspauze? Sta je daar met samengeknepen bekkenspijeren te hiphoppen voor een dichte deur, paniekerig drukkend op de mobieltoetsen om het slot van de pot geopend te krijgen. Dat is vlot verkopen als je zelf tegen de boompjes plast. Geen wonder dat de marketingmislukkingen bij

de koffiecorner worden besproken, terwijl de boekhoudkundige heldendaden aan de tap tot glorie komen. Geen man zal een café met pincode-WC in zijn hoofd halen. Net als het laten vervallen van betaalde belminuten om je zo ver te krijgen dat je een abonnementje afsluit. Wat van jou is is van jou, schreeuwt oranje. Bel wijzer, vermaant rood. Minuten meer, geeuwt grijs. Niet moeilijk doen, gromt groen. Goed voor elkaar, smoest het groentje bij het wegmoffelen. Toch krijgen we via alle media ladingen belminuten over ons heen gespoeld. Wat is dan het nut van aanbiedingen in een verzadigde markt die volledig

gekannibaliseerd is, ontdaan van alle heraldiek, voorzien van banale technologie en drijvend op het hardnekkig willen bereiken van mensen die onbereikbaar willen zijn? Geld! Gewoon banale pe-gels, het rondpompen van valuta, ofwel perpetuum pecunia. En wie belt zonder geld komt in communicatie met de incasseerders die als potente paddestoelen uit de grond schieten. Hansje Handig kan met snelle handjes en tandjes groeien tot wandelende kassa. De incassotorens bereiken inmiddels het panoramaniveau van bankgebouwen. Op etenstijden staan ze in rijen voor je deur. Het defilé van de kabelaar omdat je internetmodem niet is ingeleverd, van de Media Markt omdat nu breedbeeld halen nog geen volgend jaar betalen is, het belbedrijf omdat je minuten zijn vervallen, de gasgieren omdat de olie duurder is, gevolgd door een paar krijtstrepen als hebbelijke hekkeluiters. Met deurwaarders heeft het weinig van doen. Het zou me ook niet verbazen als het gewoon de undercoverbrigade van de cententellers is. Die moeten aan re-integratie doen. Automatisering outsourcen leidt tot incasso insourcing. Gesubsidieerde omscholing tot collectant. Goed

Incassotorens bereiken inmiddels het panoramaniveau van bankgebouwen

voor de werkgelegenheid en je hoeft van het CWI ook geen bonsaiboompjes meer te kweken. Daarmee komt telecom in de executiefase. De politie stuurt je SMS-jes, de belasting mailt je aanslagen. Hoe lang zal het duren voordat de geldhalers zich opdringen via berichtjes in je interactieve televisie? Kijk je onderuitgezakt op je pontificale plasmascherm eindelijk live voetbal of een peepshow en komt vlak voor de goal een tekst 'betaal voor de paal'. Dan vliegt het kratje door de kamer. Nou, wat denkt u, zou een plat scherm even sterk zijn als een beeldbuis? In ieder geval gaan de cijfers weer omhoog, of we betalen of niet. ■

Jacob van Kokswijk



Jacob van Kokswijk is parttime ICT-consultant bij Capgemini, veelgevraagd spreker bij congressen, lid van de stuurgroep Next Generation Networks initiative van de EU. (tm@kokswijk.nl, www.kokswijk.nl)