



MARC BUELENS

## Succesvol anders zijn met 26 letters

“Het zal je honderd maal meer tijd vragen dan je aanvankelijk had gedacht”, waarschuwde het boek over hoe je een roman moet schrijven. Drieënhalf jaar en nadat mijn schoonbroer Raf en ik aan ons literair avontuur zijn begonnen, zindert die zin nog na.

*The will, the skill and the drill.* Als je het lang genoeg volhoudt, ervaar je ook *the thrill*. Dat geldt voor verkopen, een voordracht houden en een balans lezen. Ik voegde er meestal in mijn lessen aan toe: de *skills* zijn vaak verrassend eenvoudig. Goed verkopen? Met vijf basisprincipes kom je er. Het probleem ligt bij *the drill*. In de praktijk interesse tonen in de klant, niet over je productkenmerken spreken, maar over de voordelen voor de klant, met een trechtermethode afsluiten. Elementair, mijn beste Watson, elementair. Je moet alleen maar heel veel oefenen, en dat eindeloos volhouden, liefst zo'n tienduizend uur.

Zou dat ook gelden voor het schrijven van een roman? Vreemd genoeg wel. Ik ben in de diepte gegaan, ik heb – zoals het een echte academicus past – de literatuur over het schrijven van romans (inclusief seksscènes) grondig doorgenomen. Er is een heel grote consensus bij de experts. Meer dan onder managementdeskundigen. Maar die heldere principes in praktijk brengen? Honderd maal meer werk dan je dacht. Gelukkig is er *the will*. En als je geen doctorale proefschriften meer moet lezen, alleen nog de steengoede boeken over management wilt lezen (de spoeling is heel dun), aan geen vergaderingen meer deelneemt, nauwelijks nog lesgeeft, dan heb je plots een zee van tijd die je kunt besteden aan een uit de hand gelopen hobby.

Disruptieve technologie, radicaal andere businessmodellen, het geldt ook voor het schrijversvak. Zodra je vroeger een uitgever had gevonden, nam die het mindere werk (verkopen) over. Maar de moderne schrijver is een 'authorpreneur' geworden. Zie maar dat je schouder aan schouder met je uitgever de markt bestormt. Of probeer het op je eentje, als *independent author* (in het vak afgekort als 'indy'). Amazon en Kindl klaren de klus wel voor jou. Je hoeft – op papier tenminste – alleen maar te schrijven. Tot je beseft dat er honderdduizen-

den collega's op Kindl publiceren. Even strategisch focussen, en je begint de traditionele marketingvragen te stellen. Wat is mijn doelgroep? Hoe bereik ik die? Wat is de gepercipieerde meerwaarde voor mijn klant?

En dan leer je dat ook deze markt zijn operationele logica heeft, dingen die je het beste weet voor je eraan begint. Zo heb je het allesoverheersend begrip 'genre'. Is ons boek *Het Brussel-syndroom* fictie of non-fictie? Let maar op dat de kaft niet doet denken aan een essay. Zeker met de naam van een prof als auteur. Is het een thriller of gewoon een spannend boek? Wat is het verschil? Moeten er lijken vallen? Is het een politieke thriller? Of eerder een satire? Een onderhandelingsthriller? Dat genre bestaat niet volgens de experts. Vinden we dan een genre uit?

En je voelt je snel ondernemer. In het Nederlands alleen verschijnen meer dan vijftig nieuwe boeken per dag. Tel ik goed dat dat twintigduizend nieuwe boeken per jaar zijn? In het Engelse taalgebied ligt dat getal zeker boven het half miljoen. Van jou wordt verwacht dat je 'succesvol anders' bent. Waar heb ik die zin nog gehoord? Oh ja, in mijn lessen eerste bachelor over strategie. Hoe doe je dat, succesvol anders zijn, als je over niet veel meer beschikt dan 26 letters en wat interpunctie? Je maakt een boekentrailer. En je herleest nog eens de boeken van Steven Van Belleghem over digitale marketing. En... je begint eraan.

Sinds kort ben ik er heilig van overtuigd dat managers meer romans moeten lezen. Vooral als ze op niveau geschreven zijn. Door iemand die u kent van Trends. Zoals

*Marc Buelens & Raf Vermeiren: Het Brussel-syndroom. Uitgegeven bij Houtekiet. Pas verschenen. ©*



**De moderne schrijver is een 'authorpreneur' geworden.**

*De auteur is professor-emeritus aan de Vlerick Business School.*