

In de reclame



Een van de moeilijkste zaken in de ICT is om uit te leggen wat ICT is en wat een softwarebedrijf vakman/vrouw doet, helemaal in een reclamefilmje van pakweg veertig seconden. Het hoeft niemand te verbazen dat reclame-uitingen van softwarebedrijven gericht op de algemene consument zeldzame verschijnselen zijn. Natuurlijk werken de meeste softwarebedrijven *business to business* (B2B), maar de echt grote spelers zien zich voor hun naamsbekendheid toch soms genoodzaakt om commercials voor het algemene publiek te maken. Mijn eerste werkgever, het destijds grote softwarehuis RAET, had als reclame-uiting posters en billboards met de tekst *"Automatiseren? RAET natuurlijk!"* met daarop een oude man (directeur) met dubbele kin en een *Aha Erlebnis*. Onderaan stond een telefoonnummer in Arnhem waar het hoofdkantoor zat. Dat was midden in de tamme jaren tachtig, maar toen al was het een misser omdat het oubollige bedrijfsimago werd onderstreept. Ik zag deze billboard ergens midden jaren negentig op een toplocatie in Rotterdam hangen, inclusief het Arnhemse telefoonnummer waar het bedrijf allang niet meer zat. De latere billboardcampagne had als slogan *"Wordt het RAET of behelpen?"*. Ook dat was niet geslaagd: in sommige bedrijfstakken was de standaardreactie op het zien van de poster: *"dan liever behelpen"*.

Ook in de moderne wereld van YouTube blijven ICT-bedrijven worstelen met hun zeldzame B2C reclame-uitingen, maar nu blijft gelukkig alles bewaard. Neem de dramatische misser van Logica. In een TV-commercial wordt een scene uit de film *Braveheart* nagespeeld waarin Mel Gibson de Schotse troepen toespreekt kort voordat ze massaal het Engelse leger te lijf gaan. De held – niet Mel Gibson maar een kantoorpipo – spreekt te paard een groot leger mannen en vrouwen gloedvol toe. In dit leger zijn de zwaarden vervangen door notitieblokken, de harnassen door mantelpakjes en de dolken door mobieltjes. De Engelse vijand is een complex (FAAL?)project. Na de toespraak rent het leger Logica-professionals op de klant en zijn project af. Hoe grappig ook bedoeld, een beeld van een paar duizend dure ICT'ers die met hun papierwerk (tijdverantwoordingen?) op je af komen rennen moet voor elke ICT-manager zo uit een nachtmerrie komen. De boodschap is dat Logica moeilijke ICT-projecten uitvoert door heel veel, overigens goed geklede, professionals in te zetten. Bekijk de video op YouTube onder *"Logica Braveheart"*.

Een ICT-bedrijf dat het in het algemeen wel heel goed, zo niet briljant doet is IBM. Al in 1985 had IBM een commercial waarin een papa met een bakelieten XT-bak thuiskwam en zijn nerd-

zoontje het ding wel even zou opstarten. Als dat niet lukt zegt papa dat ze IBM maar moeten bellen waarna dochtertje suggereert om de stekker eerst in het stopcontact te steken. Geniaal in zijn eenvoud: computers zijn ook voor thuis en IBM helpt je als dat nodig is, maar een kind kan de was doen. Bekijk de video op YouTube onder *"IBM stekker erin"*.

Een paar jaar terug had IBM ook een paar briljante commercials over *on-demand business*, *"You're in denial. No I'm not. See?"*, maar de mooiste is die over de *"Universal business Adapter"*; een brok hardware met allerlei aansluitingen waarmee je een hele legacy ICT-infrastructuur aan elkaar kan knopen, niet alleen hardware maar ook de verschillende applicaties. Een techneut beantwoordt vragen van het management team van de klant. Alles kan. Uiteindelijk vraagt de directeur of het apparaat ook in Europa werkt. *"Ja, maar met een adapter"*, is het antwoord. In deze hilarische commercial zet IBM een hele wereld van ICT-*bullshit* te kijk en daarmee de concurrentie die gouden bergen belooft. (IBM doet zoiets natuurlijk nooit – NOT!) Zowel de ICT'er als de leek kan er om lachen. IBM presenteert zichzelf als eerlijke partij in een wereld waarin ICT steeds duurder en moeizamer wordt. Bekijk de video op YouTube onder *"IBM adapter"*.

Maar met afstand de meest geniale ICT-reclame die ik ken komt echter niet van IBM maar van EDS. In dit filmje bouwt een team van EDS-mensen een vliegtuig ... in de lucht ... met passagiers. Hier is alles goed dat bij Logica zo vreselijk fout is: geen leger maar een klein team; geen vaag ICT-project maar klanten van vlees en bloed; geen afstandelijke Cup-a-Soup professionals maar betrokken technici. Zelfs IBM wordt verslagen. De boodschap dat ICT moeilijk is wordt positief verpakt en de concurrentie wordt niet 'gepownd'. *"Ja, ICT is complex, maar wij doen een complexe verbouwing terwijl je winkel openblijft."* Zo'n bedrijf wil je als ICT-leverancier! Bij zo'n bedrijf wil je werken! Bekijk de video op YouTube onder *"EDS airplane"*. Jammer dat mijn bedrijf te klein is om ook eens een publieks-commercial te maken. (Of wil iemand die EDS commercial *spooften*?) In afwachting van verdere groei nodig ik u uit om andere ICT-publiekscommercials aan mij te mailen of onder de DB/M blog te plaatsen.

René Veldwijk

Dr. R.J.Veldwijk (rene.veldwijk@faapartners.com) is partner bij FAA Partners, een onderdeel van de Ockham Groep.