



## ★★★ Merkcultuur

Chris Kersbergen/Job Mensink/Ton Rodenburg, Boom|Lemma 2015

978-90-8953-655-6, 248 pagina's, € 28,00

Een studieus boek over het verbinden van de talenten van medewerkers en merkambities. Van drie door de wol geverfde auteurs. Het praktisch model dat de kern vormt van het boek is eenvoudig: merk en mens schuiven over elkaar. Mensen geven talenten en energie. Medewerkers krijgen een beloning in ruil voor hun inzet: een *employee value proposition*. Er komt een *talent deal* tot stand: een concretisering van de persoonlijkheid van de organisatie. Het idee dat ten grondslag ligt aan dit boek, is er eentje dat je wel wil omarmen als bestuursvoorzitter, communicatie- of HR-professional. Ik ben echter niet van overtuigd dat met het model, hoe verdienstelijk ook, het geheim achter succes 'pakbaar' is. De auteurs hebben heel veel woorden en steeds verschillende voorbeelden nodig om succes te verduidelijken. Dat maakt dat ik wél overtuigd raak van het idee dat ten grondslag ligt aan het boek, maar niet van de uitwerking. Sterke merken hebben iets mystiek aanstekelijks. Iets dat je niet kapot moet redeneren.

De breedheid van dit boek is een charme én achilleshiel tegelijkertijd.

Peter van den Besselaar