

DIE EERSTE BEMARKINGSKANTOOR

DIE EERSTE BEMARKINGSKANTOOR

Twaalf Vissermanne, Geen Harvard

Dit was werklik Sy wat ons geleer het hoe om te verkoop.

Die eerste ding was om drie stukke op die liggaam te sit.

Broek, baadjie en das van die tyd.

En, voor enigiets anders, skoon.

Aangenaam om na te kyk en skoongeskeer.

En daar was daar geen twyfel nie: hulle het 'n goed geslypte klip geneem en dit GILLETTE genoem.

Die man het onmiddellik verstyf.

Hy het hom verraai gevoel deur hierdie naam. Miskien 'n onbekende minnaar.

Maar sy het hom met haar kalmte gerusgestel en gesê: dit is die naam van een wat sal kom, en hy sal nooit geskiedenis maak nie, want hy sál die geskiedenis wees.

Wat niemand weet nie, is dat hy saam sal wees met die een wat die moed sou gehad het om dit te vertel.

Toe het hy dadelik vrede gevind.

Sy was nie 'n figuur om in te glo nie.

Sy was geloofwaardig.

Sy was die oorsprong.

En eendag is die naam "moeder" gebore.

Haar kinders het oor hierdie millennia soveel lawaai in die wêreld gemaak, en net 'n paar het werklik geslaag.

Maar sy was die ware reklamemaker.

Die onmiskenbare medium binne 'n rigting wat onnavolgbaar is.

En alle verkope het net uit hierdie een verskynsel gekom: die vrou.

Baie het my oor die jare gevra wat die produk is wat die beste in die wêreld verkoop.

Ek het geen twyfel gehad nie.

Dit was die woord.

Die voorbeeld hiervan is 'n kollega van tweeduisend jaar gelede.

Geborg deur sy moeder, het hy uit 'n stal vertrek, en later, toe hy volwasse geword het, het hy sy huis verlaat en die wêreld rondgegaan in 'n blou gewaad, skoongeskeer.

Maar die rolprentbedryf het gekies om hom altyd in 'n wit gewaad voor te stel, met 'n halfdik baard, om nie gratis advertensies aan Gillette en sy logo te gee nie.

Selfs sy twaalf kollegas, wat hy in sy eerste bemarkingskantoor aangestel het, was nie Harvard-gegraduateerdes nie.

Hulle het almal min skoolopleiding gehad.

Maar hy het een ding dadelik verstaan: 'n goeie verkoopsman moet die idee voor die produk verkoop, en die persepsie skeep dat dit gratis is, sodat immuun- en ekonomiese verdediging hulleself laat sak en die res vanself volg.

Hierdie twaalf vissermanne was ook almal skoongeskeer.

Hulle het almal dieselfde produk gebruik, wat die kenmerkende eienskap gehad het dat sy skerp kant nooit opraak nie, en dit is net vervang wanneer moeder haar bene moes skeer.

Maar weens hierdie nie-advertering het die rolprentbedryf ook in hierdie geval hulle almal met baarde voorgestel.

Ek het die moeite gedoen om te ondersoek waarom die Majors dit gedoen het, en 'n waansinnige storie het daaruit gekom wat ek vir julle wil vertel.

Die bedryfsverenigings wat hare verteenwoordig — barbiers, haarkappers, skoonheidskundiges — het ernstige kommer oor hulle sake getoon.

As hulle in die film oor die kollega van tweeduisend jaar gelede 'n Gillette-lemmetjie sou plaas, of almal skoongeskeer, sou hulle nie meer hulle poste kon regverdig nie, en sou hulle hulleself werkloos bevind het.

Dink net as daar eendag geen siek mense meer sou wees nie.

Wat sou dokters, hospitale, farmaseutiese maatskappye en apteke doen?

Miskien sou hulle almal by Gillette gaan werk, en leer wat 'n lemmetjie kan doen, gesien vanuit meer hoeke.

Ferdinando

© 2026 Ferdinando Frega — Nando the Scribe. Alle regte voorbehou.

Gillettenarrative.com

