

ΤΟ ΠΡΩΤΟ ΓΡΑΦΕΙΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

ΤΟ ΠΡΩΤΟ ΓΡΑΦΕΙΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Δώδεκα ψαράδες, κανένα Harvard

Ήταν πράγματι Εκείνη που μας έμαθε να πουλάμε. Το πρώτο πράγμα ήταν να βάλεις τρία κομμάτια πάνω στο σώμα. Παντελόνι, σακάκι και γραβάτα της εποχής. Και, πριν από όλα, καθαρά. Ευχάριστος στο βλέμμα και καλοξυρισμένος. Και εκεί, καμία αμφιβολία: πήραν μια καλά ακουισμένη πέτρα και την ονόμασαν GILLETTE. Ο άντρας αμέσως πάγωσε. Ένωσε προδομένος από αυτό το όνομα. Ίσως κάποιος άγνωστος εραστής. Εκείνη όμως, με την ηρεμία της, τον καθησύχασε και είπε: είναι το όνομα κάποιου που θα έρθει, και δεν θα γράψει ποτέ ιστορία, γιατί θα είναι η ιστορία. Αυτό που κανείς δεν ξέρει είναι ότι θα βρίσκεται μαζί με εκείνον που θα έχει το θάρρος να την αφηγηθεί. Τότε εκείνος βρήκε αμέσως γαλήνη. Δεν ήταν μια μορφή στην οποία πιστεύεις. Ήταν πιστευτή. Ήταν η αρχή. Και μια μέρα γεννήθηκε το όνομα μητέρα. Τα παιδιά της έκαναν τόσο θόρυβο στον κόσμο αυτές τις χιλιετίες, και μόνο λίγα τα κατάφεραν πραγματικά. Εκείνη όμως ήταν η αληθινή διαφημίστρια. Το αλάθευτο μέσο μέσα σε μια κατεύθυνση που είναι αμίμητη. Και όλες οι πωλήσεις προέρχονταν μόνο από αυτό το ένα φαινόμενο: τη γυναίκα. Πολλοί με ρώτησαν με τα χρόνια ποιο είναι το προϊόν με τις μεγαλύτερες πωλήσεις στον κόσμο. Δεν είχα καμία αμφιβολία. Ήταν ο λόγος. Το παράδειγμα αυτού είναι ένας συνάδελφος από δύο χιλιάδες χρόνια πριν. Με χορηγό τη μητέρα του, ξεκίνησε από έναν στάβλο, και αργότερα, μόλις ενηλικιώθηκε, άφησε το σπίτι του και γύρισε τον κόσμο με γαλάζιο χιτώνα, καλοξυρισμένος.

Ο κινηματογράφος όμως επέλεξε να τον παρουσιάζει πάντα με λευκό χιτώνα, με μια μισοπυκνή γενειάδα, για να μη χαρίσει δωρεάν διαφήμιση στη Gillette και στο λογότυπό της. Ακόμη και οι δώδεκα συνάδελφοί του, που είχε

προσλάβει στο πρώτο του γραφείο μάρκετινγκ, δεν ήταν απόφοιτοι του arvard. Όλοι τους είχαν λίγα γράμματα. Είχε όμως καταλάβει αμέσως ένα πράγμα: ο καλός πωλητής πρέπει να πουλά την ιδέα πριν από το προϊόν, και να δίνει την αίσθηση ότι είναι δωρεάν, ώστε οι ανοσολογικές και οι οικονομικές άμυνες να χαμηλώνουν μόνες τους και τα υπόλοιπα να ακολουθούν από μόνα τους. Και αυτοί οι δώδεκα ψαράδες ήταν όλοι καλοξυρισμένοι. Όλοι χρησιμοποιούσαν το ίδιο προϊόν, που είχε το ιδιαίτερο χαρακτηριστικό να μη χάνει ποτέ την κόψη του, και άλλαζε μόνο όταν η μητέρα χρειαζόταν να ξυρίσει τα πόδια της. Εξαιτίας όμως αυτής της μη-διαφήμισης, ο κινηματογράφος και σε αυτή την περίπτωση τους παρουσίασε όλους με γενειάδα. Μπήκα στον κόπο να ερευνήσω γιατί το έκαναν αυτό τα μεγάλα στούντιο, και βγήκε μια τρελή ιστορία που θέλω να σας πω. Οι επαγγελματικές ενώσεις που εκπροσωπούν την τρίχα — κουρείς, κομμωτές, αισθητικοί — είχαν δείξει σοβαρή ανησυχία για τις επιχειρήσεις τους. Αν είχαν βάλει, στην ταινία για τον συνάδελφο των δύο χιλιάδων χρόνων πριν, μια λεπίδα Gillette, ή όλους καλοξυρισμένους, δεν θα μπορούσαν πια να δικαιολογήσουν τις θέσεις τους, και θα έβρισκαν τον εαυτό τους άνεργο. Σκεφτείτε αν μια μέρα δεν υπήρχαν πια άρρωστοι. Τι θα έκαναν οι γιατροί, τα νοσοκομεία, οι φαρμακευτικές εταιρείες και τα φαρμακεία; Ίσως να πήγαιναν όλοι να δουλέψουν στη Gillette, και να μάθαιναν τι μπορεί να κάνει μια λεπίδα, ιδωμένη από περισσότερες γωνίες.

Ferdinando

2026 Ferdinando Frega — Nando t e Scri e. All Rig t Re erved.
Gillettenarrative.com