

PEJABAT PEMASARAN YANG PERTAMA

PEJABAT PEMASARAN YANG PERTAMA

Dua Belas Nelayan, Tiada Harvard

Sesungguhnya Dialah yang mengajar kita cara menjual. Perkara pertama ialah memakaikan tiga potong pakaian pada tubuh. Seluar, jaket dan tali leher zaman itu. Dan, sebelum apa-apa pun, bersih. Enak dipandang dan bercukur licin. Dan di situ, tiada keraguan lagi: mereka mengambil sebiji batu yang diasah tajam dan menamakannya GILLETTE. Lelaki itu serta-merta menjadi kaku. Dia rasa dikhianati oleh nama ini. Mungkin seorang kekasih yang tidak dikenali. Tetapi Dia, dengan ketenangannya, menenteramkan lelaki itu dan berkata: itu nama seseorang yang akan datang, dan dia tidak akan pernah mencipta sejarah, kerana dia akan menjadi sejarah itu sendiri. Apa yang tiada siapa tahu ialah dia akan bersama-sama dengan orang yang berani menceritakannya. Lalu lelaki itu terus tenang. Dia bukan sosok yang perlu dipercayai. Dia memang boleh dipercayai. Dia ialah asal usul. Dan pada suatu hari lahirlah nama ibu . Anak-anaknya telah membuat begitu banyak bising di dunia sepanjang ribuan tahun ini, dan hanya segelintir yang benar-benar berjaya. Tetapi dialah pengiklan yang sebenar. Medium yang tidak mungkin disalah kenali di dalam sebuah arah yang tidak dapat ditiru. Dan semua jualan datang hanya daripada satu fenomena ini: wanita. Ramai yang bertanya kepada saya selama bertahun-tahun apakah produk paling laris di dunia. Saya tidak ragu-ragu. Ia adalah kata. Contohnya ialah seorang rakan sekerja dari dua ribu tahun dahulu. Ditaja oleh ibunya, dia bermula dari sebuah kandang, dan kemudian, setelah dewasa, dia meninggalkan rumahnya dan mengembara ke seluruh dunia berjubah biru, bercukur licin.

Tetapi pawagam memilih untuk sentiasa menggambarkannya berjubah putih, dengan janggut separuh tebal, supaya tidak memberi iklan percuma kepada Gillette dan logonya. Malah dua belas rakan sekerjanya, yang diambilnya bekerja di pejabat pemasarannya yang pertama, pun bukan lulusan Harvard. Mereka semua tidak banyak bersekolah. Tetapi dia telah memahami satu perkara sejak awal: seorang jurujual yang baik mesti menjual idea sebelum produk, dan memberi tanggapan bahawa ia percuma, supaya pertahanan imun dan pertahanan ekonomi menurunkan dirinya sendiri dan selebihnya berjalan dengan sendirinya. Dua belas nelayan ini pun semuanya bercukur licin. Mereka semua menggunakan produk yang sama, yang mempunyai keistimewaan tidak pernah tumpul mata tajamnya, dan hanya ditukar apabila ibu perlu mencukur bulu kakinya. Tetapi kerana bukan-iklan ini, pawagam dalam kes ini juga menggambarkan mereka semua berjanggut. Saya bersusah payah menyiasat mengapa studio Major berbuat demikian, dan keluarlah satu cerita gila yang mahu saya ceritakan kepada anda. Persatuan perdagangan yang mewakili rambut — tukang gunting, pendandan rambut, ahli kecantikan — telah menunjukkan kebimbangan serius terhadap perniagaan mereka. Jika mereka meletakkan, dalam filem tentang rakan sekerja dari dua ribu tahun dahulu itu, sebilah mata pisau Gillette, atau semua orang bercukur licin, mereka tidak lagi dapat mewajarkan kedudukan mereka, dan akan mendapati diri mereka menganggur. Bayangkan jika pada suatu hari tiada lagi orang sakit. Apa yang akan dilakukan oleh doktor, hospital, syarikat farmaseutikal dan farmasi? Mungkin mereka semua akan pergi bekerja di Gillette, dan belajar apa yang boleh dilakukan oleh sebilah mata pisau, dilihat dari lebih banyak sudut.

Ferdinando

2026 Ferdinando Frega — Nando the Scribe. Hak Cipta Terpelihara.
Gillettenarrative.com

Ferdinando Frega — BLADEFREGA · GilletteNarrative · gillettenarrative.com/gillettevaticano/