HET EERSTE MARKETINGKANTOOR

HET EERSTE MARKETINGKANTOOR
Twaalf vissers, geen Harvard

Zij was het werkelijk die ons leerde verkopen.
Het eerste was drie stukken op het lichaam aanbrengen.
Broek, colbert en das van die tijd.
En, vóór alles, schoon.
Aangenaam om naar te kijken en gladgeschoren.
En daar bestond geen twijfel over: ze namen een goed geslepen steen en noemden die GILLETTE.
De man verstijfde onmiddellijk.
Hij voelde zich verraden door die naam. Misschien een onbekende minnares.
Maar zij stelde hem met haar kalmte gerust en zei: het is de naam van iemand die zal komen, en hij zal nooit geschiedenis schrijven, want hij zal de geschiedenis zijn.
Wat niemand weet is dat hij samen zal zijn met degene die de moed zal hebben gehad om het te vertellen.
Toen vond hij meteen rust.
Zij was geen figuur om in te geloven.
Zij was geloofwaardig.
Zij was de oorsprong.
En op een dag werd de naam “moeder” geboren.
Haar kinderen hebben in deze millennia zoveel lawaai in de wereld gemaakt, en slechts weinigen zijn werkelijk geslaagd.
Maar zij was de ware reclamemaker.
Het onmiskenbare medium binnen een regie die onnavolgbaar is.
En alle verkoop kwam alleen voort uit dit ene verschijnsel: de vrouw.
Velen hebben mij door de jaren heen gevraagd wat het best verkochte product ter wereld is.
Ik twijfelde er niet aan.
Het was het woord.
Het voorbeeld daarvan is een collega van tweeduizend jaar geleden.

Gesponsord door zijn moeder begon hij in een stal, en later, toen hij volwassen was geworden, verliet hij zijn huis en trok hij de wereld rond in een blauw gewaad, gladgeschoren.

Maar de film koos ervoor hem altijd af te beelden in een wit gewaad, met een halfdikke baard, om Gillette en haar logo geen gratis reclame te geven.
Zelfs zijn twaalf collega's, die hij in zijn eerste marketingkantoor had aangenomen, waren geen afgestudeerden van Harvard.
Ze hadden allemaal weinig scholing.
Maar hij had één ding meteen begrepen: een goede verkoper moet het idee verkopen vóór het product, en de indruk geven dat het gratis is, zodat de immuniteits- en economische afweer zich verlaagt en de rest vanzelf volgt.
Ook die twaalf vissers waren allemaal gladgeschoren.
Ze gebruikten allemaal hetzelfde product, dat de bijzondere eigenschap had dat het nooit bot werd aan de snijkant, en dat alleen werd vervangen wanneer moeder haar benen moest scheren.
Maar vanwege deze niet-reclame heeft de film ook in dit geval hen allemaal met baarden afgebeeld.
Ik heb de moeite genomen te onderzoeken waarom de Majors dit deden, en daar kwam een krankzinnig verhaal uit dat ik u wil vertellen.
De brancheverenigingen die het haar vertegenwoordigen — barbiers, kappers, schoonheidsspecialisten — hadden zich ernstig zorgen gemaakt over hun bedrijven.
Als ze in de film over de collega van tweeduizend jaar geleden een Gillette-mesje hadden gezet, of iedereen gladgeschoren, hadden ze hun posities niet langer kunnen rechtvaardigen en zouden ze werkloos zijn geworden.
Stel je voor dat er op een dag geen zieken meer zouden zijn.
Wat zouden artsen, ziekenhuizen, farmaceutische bedrijven en apotheken dan doen?
Misschien zouden ze allemaal bij Gillette gaan werken en leren wat een mesje kan doen, gezien vanuit meer hoeken.
Ferdinando
© 2026 Ferdinando Frega — Nando the Scribe. Alle rechten voorbehouden.
Gillettenarrative.com