

FERDINANDO FREGA

THE MOST FAMOUS BRAND IN ASIA



And Other Short-Lived Miracles

FERDINANDO FREGA

ÁZSIA LEGHÍRESEBB MÁRKÁJA

És más rövid életű csodák

The Art of Attraction · 04

Egy termék születési anyakönyvi kivonata abban rejlik, amit a márkája képvisel. Aztán megérkezik a név, hogy teljessé tegye az identitását.

És amikor megvenni indulsz, ha márkás, akkor jó.

De ki a fene mondta ezt?

A televízió, a marketingkampányok, a boltos, az akciók és végül a személyes tapasztalat is – ami viszont mindig egyéni marad.

Igaz, hogy egy márká abból meríti az erejét, hogy cégek tucatjai gyártanak hasonló árut, más-más névvel, csomagolással, árral és mérettel, de egyetlen közös céllal: eladni és nyereséget termelni.

Nevek említése nélkül – mert az ügyvédek már elmagyarázták, hogy mindig van valaki, aki az első botlásomra vár, kész rá, hogy legyőzve lásson, a fejemmel az egyik oldalon, a fenekemmel a Csendes-óceánban – szeretnék mesélni egy vásárlásról, amelyet tegnap ejtettem meg a feleségemmel.

Ő 63 éves, én 61.

Egy kínai tulajdonosok vezette boltban voltunk, akik a saját rendjükön belüli rendetlenség igazi mesterei. Annyira, hogy ha bármit is meg akarsz találni, szinte mindig az egyik eladójuk segítségét kell kérned.

A feleségem egyszerű fekete harisnyát akart venni.

Aztán a választása egy combfixre esett.

Azzal a félmosollyal, amelynek egyetlen célja, hogy emlékeztesse a férjet, pontosan miről is van szó.

Az eladó biztosított minket, hogy a leárazott ár ellenére ez Ázsia leghíresebb és legkelendőbb márkájának terméke.

A feleségem még aznap este forró vízbe tette, hogy kimossa.

És a felnőtt méret azonnal zsugorodni kezdett.

Amikor késő este végre megengedtünk magunknak egy kis házastársi meghittséget, kitört belőlünk a nevetés, mint két örültből.

A combfixből két apró, gyerekméretű bokazokni lett.

Ahahahahahah.

A márka varázsa.

Ferdinando