

FERDINANDO FREGA

THE MOST FAMOUS BRAND IN ASIA



And Other Short-Lived Miracles

FERDINANDO FREGA

THƯƠNG HIỆU NỔI TIẾNG NHẤT CHÂU Á

Và những phép màu ngăn ngui khác

The Art of Attraction · 04

Giấy khai sinh của một sản phẩm nằm bên trong điều mà thương hiệu của nó đại diện. Rồi cái tên đến để hoàn tất danh tính của nó.

Và khi bạn đi mua nó, nếu nó mang một thương hiệu, nghĩa là nó tốt.

Nhưng cái quái nào nói thế?

Truyền hình, các chiến dịch tiếp thị, người bán hàng, những đợt khuyến mãi và, cuối cùng, cả trải nghiệm cá nhân — thứ mà dù sao vẫn luôn chỉ là của riêng mỗi người.

Đúng là một thương hiệu có được sức mạnh từ chỗ hàng chục công ty làm ra những món hàng tương tự, với tên gọi, bao bì, giá cả và kích cỡ khác nhau, nhưng với một mục đích chung:

bán hàng và kiếm lời.

Không nêu tên ai — vì các luật sư của tôi đã giải thích cho tôi rằng lúc nào cũng có người chờ bước đi sai đầu tiên của tôi, sẵn sàng nhìn tôi thất bại, đầu một nơi và móng dưới Thái Bình Dương — tôi muốn kể với bạn về một món đồ tôi mua hôm qua cùng vợ.

Bà 63 tuổi, tôi 61.

Chúng tôi ở trong một cửa hàng của chủ người Hoa, những bậc thầy thật sự về sự lộn xộn trong chính trật tự của họ. Đến mức, muốn tìm

được bất cứ thứ gì, gần như lúc nào bạn cũng phải nhờ một nhân viên của họ giúp.

Vợ tôi muốn mua một đôi tất đen đơn giản.

Rồi lựa chọn của bà dừng lại ở một đôi tất đùi.

Với nụ cười nửa miệng mà mục đích duy nhất là nhắc người chồng nhớ chính xác người ta đang nói về chuyện gì.

Cô bán hàng cam đoan với chúng tôi rằng, dù đang giảm giá, đây là sản phẩm của thương hiệu nổi tiếng nhất và bán chạy nhất châu Á.

Ngay tối hôm đó vợ tôi ngâm chúng vào nước nóng để giặt.

Và cỡ người lớn lập tức bắt đầu co lại.

Khi, đêm đã khuya, cuối cùng chúng tôi cho phép mình một chút thân mật vợ chồng, cả hai phá lên cười như hai kẻ mất trí.

Đôi tất đùi đã biến thành hai chiếc tất cổ ngắn tí hon cỡ trẻ con.

Ha ha ha ha ha ha.

Phép màu của thương hiệu.

Ferdinando