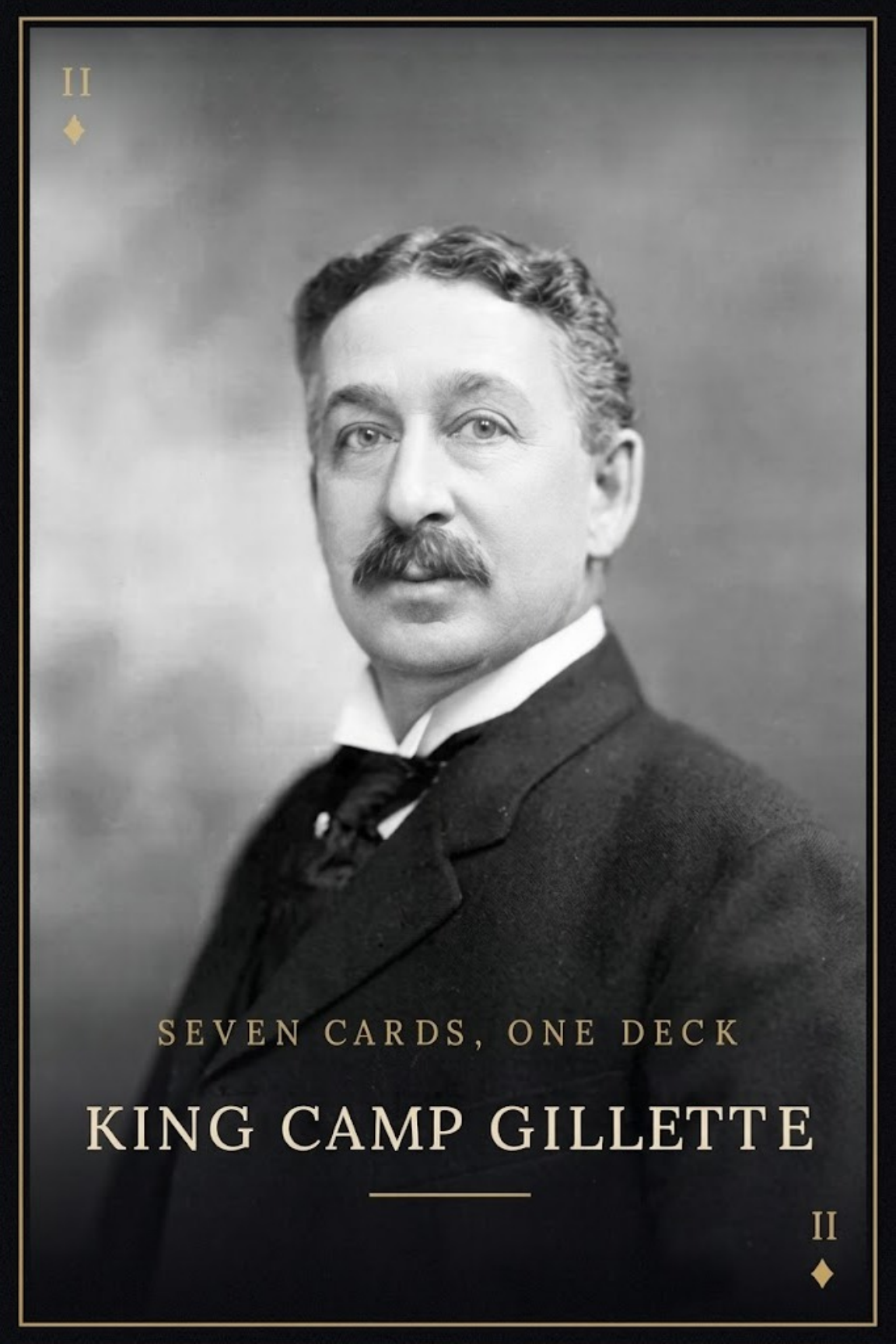

II
SEVEN CARDS, ONE DECK
KING CAMP GILLETTE
II

GILLETTE – DIE MAG VAN DIE NAAM

Voor die produkte is daar die naam.

Fabrieke sluit.

Bestuurders verander.

Aandeelhouers kom en gaan.

Tegnologieë word oud.

Markte skuif.

Die naam bly.

Gillette is nie net ’n maatskappy nie.

Dit is die bewys dat ’n woord vir meer as ’n eeu vertroue kan opgaar en steeds waarde kan bly skep, selfs nadat niemand meer onthou wie dit uitgevind het nie.

’n Handelsmerk is ’n kollektiewe geheue.

Wanneer die naam sterk is, kom dit voor die voorwerp aan.

Mense koop ’n storie lank voordat hulle ooit ’n produk koop.

Die naam is die eerste onsigbare bate van die ekonomie.

En tog was daar aan die begin geen ryk nie.

Daar was ’n man.

Seun van Franse immigrante in Massachusetts.

Min hulpbronne.

Baie koppigheid.

Soos dikwels gebeur, daag die toekoms nie op geklee as ’n legende nie.

Dit daag op geklee as ’n verkoopsman.

Die res van die storie kan enigiemand op die maatskappy se webwerf lees, of op Wikipedia.

Wat my interesseer, is iets anders.

Wat my interesseer, is wat ons gemeen het. Drie elemente.

PRODUK. NARRATIEF. BROEDERSKAP.

Hy het ’n lem gebou.

Ek het ’n webwerf gebou.

Hy het ’n boek geskryf.

Ek het meer as honderd geskryf.

Hy het aan ’n broederskap behoort.

Ek ken daardie selfde grammatika, gemaak van simbole, behoort, geheue en wedersydse herkenning.

En soos hy het ek die grootste deel van my lewe verkoop.

Nie net produkte nie.

Vertroue.

Daarom het ek nog altyd probeer om my afstand van hom te hou.

Nie uit verskil nie.

Uit ’n oormaat aan ooreenkoms.

Elke era bring sy eie produkte voort.

Elke era bring sy eie narratiewe voort.

Elke era bring sy eie broederskappe voort.

Die fout is om te glo dat hulle die doel is.

Hulle is dit nie.

Hulle is die voertuig.

Die lem was nie Gillette nie.

Die boek was nie die narratief nie.

Die broederskap was nie die betekenis nie.

Hulle was net instrumente.

Die ware mag was die naam.

Voordat hulle die Rubicon oorgesteek het, het die Romeine verkenners uitgestuur.

Hulle moes leer. Verstaan.

Weet.

Weet voordat hulle besluit.

Dit was die geheim wat hulle in staat gestel het om te beraadslaag – en, dikwels, te wen.

Ek hoop ek is ’n goeie verkenner.

Maar sonder ’n oorlog.

Ek dra geen leërs nie.

Ek dra geen dekrete nie.

Ek dra geen magtigings nie.

Ek dra stories.

Ek versamel hulle.

Ek verbind hulle.

Ek lewer hulle af.

Dan besluit elkeen wat om daarmee te doen.

Uitvoerende hoofde bestuur maatskappye.

Werknemers laat maatskappye werk.

Klein aandeelhouers finansier maatskappye.

Ek is net ’n man wat niemand se toestemming hoef te vra nie.

En dit is waarskynlik die grootste vryheid wat ek besit.

Dit is die kaart van Gillette.

Nie die mag van die fabriek nie.

Nie die mag van die lem nie.

Nie die mag van die maatskappy nie.

Want wanneer die produk verslyt, bly die naam.

Wanneer die geboue verdwyn, bly die naam.

Wanneer die mans heengaan, bly die naam.

En wanneer ’n naam daarin slaag om geslagte oor te steek, hou dit op om aan sy stigter te behoort. Dit word deel van die kollektiewe geheue.

Die stigter verdwyn.

Die naam bly.

Dit is die ware oorwinning van ’n naam.

Ferdinando
Gillette-Man ⚔️