

II

A black and white portrait of King Camp Gillette, a man with a mustache, wearing a dark suit and a white shirt with a dark tie. He is looking slightly to the left of the camera.

SEVEN CARDS, ONE DECK

KING CAMP GILLETTE

II



GILLETTE — ADIN GÜCÜ

SEMANTIC REALITY 2026 · FOUNDATIONS 15

Ürünlerden önce ad vardır.

Fabrikalar kapanır.

Yöneticiler değişir.

Hissedarlar gelir ve gider.

Teknolojiler eskir.

Piyasalar kayar.

Ad kalır.

Gillette yalnızca bir şirket değildir.

Bir sözcüğün bir asırdan uzun süre güven biriktirebileceğinin ve onu kimin icat ettiğini artık kimse hatırlamadığında bile değer üretmeyi sürdürebileceğinin kanıtıdır.

Bir marka kolektif bir hafızadır.

Ad güçlü olduğunda, nesneden önce gelir.

İnsanlar bir ürünü satın almadan çok önce bir hikâye satın alır.

Ad, ekonominin ilk görünmez varlığıdır.

Ve yine de başlangıçta bir imparatorluk yoktu.

Bir adam vardı.

Massachusetts'te Fransız göçmenlerin oğlu.

Kıt imkânlar.

Bolca inat.

Çoğu zaman olduğu gibi, gelecek bir efsane kılığında ortaya çıkmaz.

Bir satıcı kılığında ortaya çıkar.

Hikâyenin geri kalanını herkes şirketin internet sitesinde ya da Wikipedia’da okuyabilir.

Beni ilgilendiren başka bir şey.

Beni ilgilendiren, ortak noktalarımız. Üç unsur.

ÜRÜN. ANLATI. KARDEŞLİK.

O bir jilet yaptı.

Ben bir internet sitesi yaptım.

O bir kitap yazdı.

Ben yüzden fazla yazdım.

O bir kardeşliğe mensuptu.

Ben de semboller, aidiyet, hafıza ve karşılıklı tanınmadan oluşan o aynı grameri bilirim.

Ve onun gibi, hayatımın büyük bölümünü satış yaparak geçirdim.

Yalnızca ürün değil.

Güven.

Bu yüzden ondan hep mesafemi korumaya çalıştım.

Farklılıktan değil.

Benzerliğin fazlalığından.

Her çağ kendi ürünlerini üretir.

Her çağ kendi anlatılarını üretir.

Her çağ kendi kardeşliklerini üretir.

Hata, bunların amaç olduğuna inanmaktır.

Değildirler.

Araçtırlar.

Jilet Gillette değildi.

Kitap anlatı değildi.

Kardeşlik anlam değildi.

Yalnızca araçtırlar.

Gerçek güç addı.

Rubicon'u geçmeden önce Romalılar keşif kolları gönderirdi.

Öğrenmeleri gerekiyordu. Anlamaları.

Bilmeleri.

Karar vermeden önce bilmeleri.

Düşünüp taşınmalarını — ve çoğu zaman kazanmalarını —
sağlayan sır buydu.

Umarım iyi bir keşif eriyimdir.

Ama savaşırsız.

Ordu taşımıyorum.

Ferman taşımıyorum.

İzin belgesi taşımıyorum.

Hikâye taşıyorum.

Onları topluyorum.

Onları birbirine bağılıyorum.

Onları teslim ediyorum.

Sonra herkes onlarla ne yapacağına kendisi karar veriyor.

CEO'lar şirketleri yönetir.

Çalışanlar şirketleri çalıştırır.

Küçük hissedarlar şirketleri finanse eder.

Ben yalnızca kimseden izin istemek zorunda olmayan bir adamım.

Ve bu muhtemelen sahip olduğum en büyük özgürlük.

Gillette'in kartı budur.

Fabrikanın gücü değil.

Jiletin gücü değil.

Şirketin gücü değil.

Çünkü ürün eskidiğinde ad kalır.

Binalar yok olduğunda ad kalır.

İnsanlar göçüp gittiğinde ad kalır.

Ve bir ad kuşaklar boyunca yol almayı başardığında, kurucusuna ait olmaktan çıkar. Kolektif hafızanın bir parçası olur.

Kurucu kaybolur.

Ad kalır.

Bir adın gerçek zaferi budur.

Ferdinando
Gillette Man ✂️