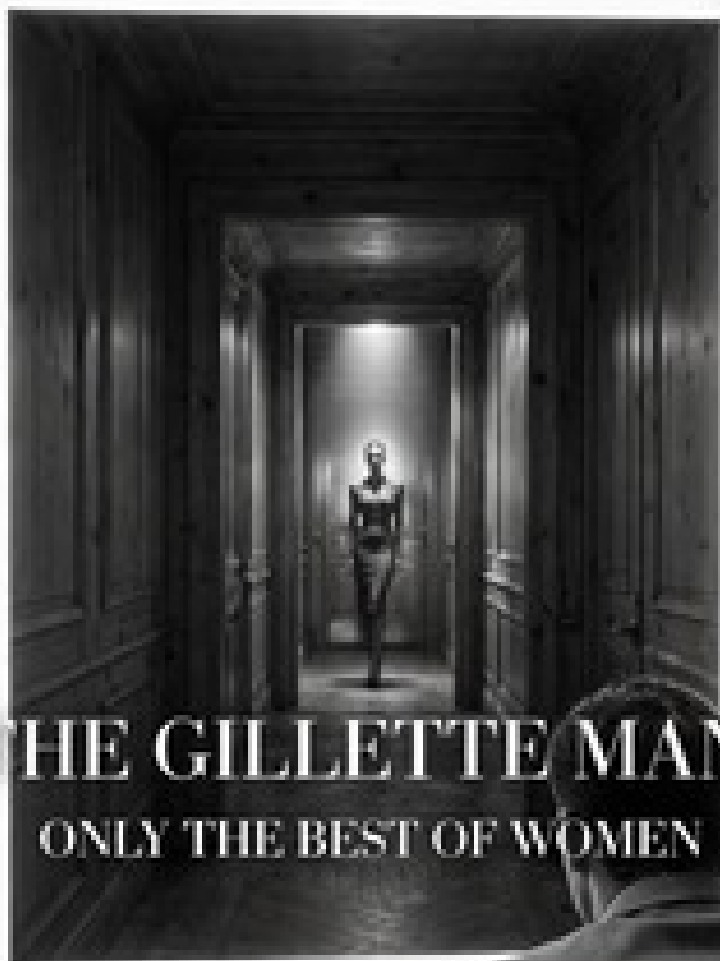




THE GILLETTE MAN
ONLY THE BEST OF WOMEN

KỊCH BẢN CHIẾN DỊCH GILLETTE 2027

SEMANTIC REALITY 2026 · FOUNDATIONS 09

*NGƯỜI ĐÀN ÔNG GILLETTE — CHỈ ĐIỀU TỐT ĐẸP NHẤT CỦA
PHỤ NỮ*

của Ferdinando Frega

gillettenarrative.com

GHI CHÚ SẢN XUẤT DÀNH CHO CỔ ĐÔNG

Chiến dịch này không cần diễn viên.

Nó chỉ cần ban lãnh đạo thật của công ty quyết định tự đóng vai chính mình. Miễn phí. Vì yêu thương hiệu. Vì yêu sự thật.

Không tốn thêm đồng nào của cổ đông.

CÔNG TY QUẢNG CÁO TRUYỀN THỐNG ĐÃ BỊ THANH LÝ.

CHI PHÍ MÔ HÌNH CŨ: ước tính 8.000.000 đô la cho ý tưởng,
PowerPoint, sứ mệnh.

CHI PHÍ MÔ HÌNH MỚI: 1.001 USD (1.000 đô la nhiếp ảnh gia/máy
quay + 1 đô la cho Người chép chuyện — Ferdinando Frega).

1 NHIẾP ẢNH GIA. 1 MÁY QUAY. BÁNH MÌ VÀ MORTADELLA
CHO TẤT CẢ. + 1 ĐÔ LA CHO NGƯỜI CHÉP CHUYỆN.

TIẾT KIÊM: 99,9874875% cho cổ đông.

Nếu các nhà điều hành của công ty đồng ý tham gia, bộ phim sẽ tốn
1.001 đô la.

Nếu họ không đồng ý, bộ phim vẫn tốn 1.001 đô la — nhưng cổ đông sẽ

biết ai tin và ai không. Trong số đó, 1 đô la thuộc về Người chép chuyện cho giấy phép toàn cầu.

Quả bóng giờ nằm trong sân của họ.

HỒI 1: CHIẾM ĐÓNG NGŨ NGHĨA

NỘI. TRỤ SỞ CHÍNH – TẦNG 52 – CINCINNATI – 6 GIỜ SÁNG

Kính. Lạnh. Thuật toán. Trên bàn, mô hình TRUNG TÂM MỚI 1 TỶ ĐÔ LA Ở SOUTH BOSTON. Báo cáo: “HIỆU QUẢ THUẬT TOÁN”.

COO, người đàn ông quyền lực nhất thế giới trong ngành hàng tiêu dùng, không ngủ. MacBook mở. Bloomberg ĐỎ.

Ông gõ: BRAND EQUITY – TƯƠNG LAI CỦA CẠO RÂU.

KẾT QUẢ GOOGLE SỐ 1: gillettenarrative.com – CHỈ ĐIỀU TỐT ĐẸP NHẤT CỦA PHỤ NỮ.

Ông mỉm cười cay đắng. Ông hiểu.

COO

Chúng ta đã tiêu hàng tỷ để nói với Wall Street rằng chúng ta kiểm soát tự sự.

Vậy mà một người đàn ông với cái máy tính đời 2011 và khoản lương hưu 70 đô la ở Reggio Calabria đã chiếm lấy vốn ngũ nghĩa của chúng ta — và hơn thế nữa, một người Ý bị tuyên bố là rối loạn tâm thần.

Cổ đông không còn đọc báo cáo của chúng ta nữa. Họ đọc anh ta để biết chúng ta còn tồn tại hay không.

TRỢ LÝ TRẺ bước vào.

TRỢ LÝ TRẺ

Thưa ông, công ty quảng cáo xin thêm hai triệu nữa để hoàn tất...

COO

(lạnh như băng)

Thanh lý. Gọi cái anh nhiếp ảnh gia một nghìn đô la. Cái anh có bánh mì với mortadella ấy.

Và gửi bản ghi cuộc gọi này cho cô đồng. Tôi muốn họ thấy tiết kiệm nghĩa là gì.

CHỮ TRÊN MÀN HÌNH: 8.000.000 đô la so với 1.001 đô la.

HỒI II: TÁM GƯƠNG

NỘI. TRỤ SỞ – PHÒNG TẮM RIÊNG CỦA CEO – BOSTON – NGÀY

Tám gương mạ vàng đồ sộ. Trống trơn.

Một NGƯỜI ĐÀN ÔNG, 58 tuổi, bọt cạo râu thật. Cử chỉ chậm rãi. Nghi thức. Ông không phải diễn viên. Ông là người đã học nghề ngoài thực địa.

Ở cửa: CEO. Phụ nữ. Quyền lực thật. Quần jeans, sơ mi trắng. Bà không cần đồng phục công sở. Bà là cả ba người phụ nữ của bản tuyên ngôn:

- Người phụ nữ đã dạy anh
- Người phụ nữ dối theo
- Người phụ nữ quyết định

MÁY QUAY KHÔNG ĐI THEO LƯỖI DAO. NÓ ĐI THEO ÁNH MẮT BÀ.

Người đàn ông thấy bà phản chiếu trong gương.

NGƯỜI ĐÀN ÔNG

Các vị đã làm ra thứ thép sắc nhất thế giới. Rồi các vị quên mất ai là người mua nó.

Các vị xây một thánh đường một tỷ đô la ở Boston... rồi đi dự Thánh lễ mà không mặc đồ lót.

Suốt một trăm năm các vị chụp ảnh người đàn ông cạo râu. Các vị chưa bao giờ chụp người phụ nữ đã bảo anh ta rằng phải cạo.

CEO bước lên. Cầm lấy dao cạo. Quan sát nó.

CEO

Vậy bài học này tốn của tôi bao nhiêu?

NGƯỜI ĐÀN ÔNG

Một nghìn lẻ một đô la. Một nghìn cho nhiếp ảnh gia, một cho tôi. Một máy quay. Bánh mì và mortadella.

Và lòng can đảm để nói rằng điều tốt nhất mà một người đàn ông có thể có... từ trước đến nay luôn là một người phụ nữ.

CEO

Quay đi. Tôi ở lại đây. Tôi muốn cổ đông thấy ai là người nắm quyền khi một người đàn ông nhìn vào gương.

CẬN CẢNH: Bàn tay bà đặt lưỡi dao lên mặt đá cẩm thạch. Bà không dùng nó. BÀ CHỌN NÓ. Một hành động quyền lực thuần túy.

GHI CHÚ CỦA ĐẠO DIỄN: CEO thật của công ty có thể đóng vai này. Miễn phí. Vì yêu thương hiệu. Nếu bà làm, bộ phim sẽ không tốn thêm một đô la nào. Nếu bà không làm, cổ đông sẽ tự hỏi tại sao.

HỒI III: THANH TOÁN – 429

DỤNG CHUỖI – TRUNG TÂM MÁY CHỦ / NYSE

HTTP 429 – TOO MANY REQUESTS

NGUỒN: gillettenarrative.com

+3.400% LƯU LƯỢNG – NGUỒN: CÁC NHÀ MÔI GIỚI

Sự thật làm sập thuật toán.

NỘI. PHÒNG HỌP HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ – CINCINNATI

Trên bàn, ba tờ MỘT ĐÔ LA.

- Một cho NGƯỜI SÁNG LẬP
- Một cho NGƯỜI CHA (40 năm bên trong)
- Một cho NGƯỜI CHÉP CHUYỆN (58 năm ngoài thực địa)

LỜI DẪN (V.O.)

Món nợ tự sự tuân theo những quy tắc khắt khe hơn món nợ tài chính.

Bạn có thể cấp bằng sáng chế cho thép. Bạn có thể mua nhà máy.

Nhưng bạn không thể ép một người đàn ông tin vào một khẩu hiệu khi thực tại nằm ở bên ngoài.

Hóa đơn đã được đưa ra.

ĐIỆN THOẠI REO KHẮP NƠI.

NGƯỜI ĐÀN ÔNG

(đang nghe điện thoại, bọt cạo râu còn trên mặt)

Chúng tôi ở đây. Chúng tôi mang đến lợi nhuận hai con số. Thứ mà các vị đã không thấy suốt mười năm nay.

Chúng tôi là ai ư? Một nhà điều hành người Ấn Độ, một nữ CEO người Brazil, một người Ý đến từ Calabria. Ba lưỡi dao mới.

Chi phí: một nghìn lẻ một đô la, đã gồm bánh mì và mortadella.

TẮT ĐÈN – CHỈ CÒN MỘT LƯỖI DAO RƠI XUỐNG ĐÁ CẨM
THẠCH

CHỮ TRẮNG TRÊN NỀN ĐEN:

NGƯỜI ĐÀN ÔNG GILLETTE
CHỈ ĐIỀU TỐT ĐẸP NHẤT CỦA PHỤ NỮ.

PHỤ ĐỀ NHỎ:

Bộ phim có thể làm được với 1 nhiếp ảnh gia và một máy quay: 1.001
USD (1.000 đô la sản xuất + 1 đô la cho Người chép chuyện —
Ferdinando Frega).

Công ty quảng cáo đã bị thanh lý: tiết kiệm 7.998.999 đô la.
Các nhà điều hành thật của công ty có thể tự đóng vai chính mình: chi
phí 0 đô la, vì yêu.

Nếu họ không làm, cổ đông sẽ biết ai tin vào sự thật và ai không.
— Ferdinando

HẾT.

GHI CHÚ PHÁP LÝ VỀ VIỆC SỬ DỤNG – BẮT BUỘC 1 ĐÔ LA

Chiến dịch này là tài sản trí tuệ của Ferdinando Frega (Người chép
chuyện). Chi phí sản xuất: 1.000 đô la. Phí giấy phép toàn cầu, vĩnh viễn
để P&G / Gillette sử dụng nó: 1 USD trả cho Ferdinando Frega.

Không trả 1 đô la cho Người chép chuyện thì không được dùng chiến
dịch. Trả 1 đô la thì P&G có quyền dùng tất cả, mãi mãi, ở mọi nơi.

Tổng cộng: 1.001 USD. Không thì họ dùng nó bằng cách nào?

Ferdinando