



ANG MARKET SHARE NG WILKINSON

Sa pagitan ng dekada 1960 at dekada 1970, halos limitado pa rin sa tradisyonal na mga talim ng pang-ahit ang pamilihan ng pag-aahit, at sinisikap ng bawat tagagawa na gawin ang lahat ng makakaya nito.

Lumipat ang industriya mula sa propaganda patungo sa panghihikayat, at pagkatapos ay sa tanging matatawag na panggagaya-sa-komisyon. Sinusunod ng bawat kompanya ang iisang di-nakasulat na tuntunin.

Kung gusto mong makabenta nang higit ng iisang produkto, laging iisa ang solusyong iminumungkahi ng marketing:

Palitan ang kasuotan. Palitan ang pangalan. Nananatiling pareho ang katawan.

Gayunman, minsan ay sapat na ang iisang salita para lumikha ng emosyonal na bigkis sa mga mamimili.

Iyan mismo ang nangyari sa Bolzano Blades.

Nagsimulang gumawa ng mga talim ng pang-ahit ang Bolzano Steelworks sa pangalang Falco Blade, na kalaunan ay naging tanyag na Bolzano Blade.

Dalawang milyong talim kada buwan ang ginagawa ng 350 manggagawa, karamihan ay mga babae. At hindi iyon nagkataon lamang.

May isa ring detalyeng pampulitika na bihirang banggitin.

Itinatag ang pabrika bilang tuwirang patakaran ng pamahalaan ni Mussolini upang hikayatin ang pag-unlad na industriyal sa Bolzano at isulong ang pagsasa-Italyano ng South Tyrol, isang teritoryong nakuha matapos ang Dakilang Digmaan ngunit tinitirhan ng karamihang komunidad na nagsasalita ng Aleman.

Kaya ang Bolzano Blades ay higit pa sa isang produktong industriyal.

Isa rin itong kasangkapan ng pambansang pagkakakilanlan.

Kaunti lamang ang iniwang puwang ng islogan ng patalastas para sa interpretasyon:

“Bolzano Blade, mag-ahit nang Italyano.”

Ang pag-usbong ng ekonomiya pagkatapos ng digmaan ay naging pag-usbong din ng brand. Naging isa ang Bolzano sa mga simbolo ng malawakang pagkonsumo ng mga Italyano.

Pagkatapos ay dumating ang dekada 1970.

Dumating ang mga disposable na pang-ahit.

Nagsimula ang paghina.

Nahirapang umangkop ang brand hanggang sa gawin ang isang huling pagtatangka.

Buong pagmamalaking ipinahayag ng isang press release:

“Ang BOLZANO BLADE ang opisyal na tagatustos ng Wilkinson Sword ng London.”

Nagmadali ang mga mamamahayag na Italyano na i-cover ang anunsiyo.

Isa itong bombang sumabog matapos nang magwakas ang digmaan.

Agad dumating ang mga bunga.

Isang mamamahayag, isang babae, ang nagsagawa ng panayam nang may pambihirang husay.

Matapos maingat na ihanda ang lupa, tinanong niya ang managing director:

“Sa bilang ng mga talim na sinasabi ninyong naibebenta ninyo, kasama rin po ba ang mga kutsilyo?”

Natigilan ang ehekutibo.

“Bakit ninyo itinatanong iyan?”

Sumagot ang mamamahayag:

“Para may magamit kayo sa paghiwa sa lahat ng kalokohang sinasabi ninyo sa amin.”

Napuno ng tawanan ang silid.

Hindi kailanman sumagot ang Wilkinson.

Gaya ng kanyang estilo.

Isang aristokratang tiyahing may marangal na pinagmulan na mas gugustuhing huwag kumain ng mga Italyano para lamang hindi na sila kailangang tunawin pagkatapos.

Ngayon, kaunti na lamang ang natitira sa dakilang pakikipagsapalarang industriyal na iyon.

Isang rotonda.

Isang karatula.

Ilang kumukupas na alaala.

At ang kalokohang buong pagmamalaking kinagigiliwan pa rin ng mga Italyano — ako ang una sa lahat.

*Via UK
Ferdinando*