

# די אונטערשטע שורה

געשריבן דורך: יצחק סאָפּטלעס פון Bottom Line Marketing Group  
איבערגעזעצט און באַרבעט דורך: ק. הענדלער

37

לכבוד וואָס ס'גייט די וואָך פורים קטן וועלן מיר נעמען נאָך אַ ביישפּיל פון "אַבסאָלוט וואָדקע". אַ די פירמע וואָס די בעל הבית'טעס האָבן ליב צו קויפן ס'זאָל "מעטשן" מיט זייער משלוח מנות וואָס זיי גרייטן צו שלשים יום קודם החג. אַנשטאַט און נאָכצוטאַנצן אַנדערע וואָדקע פירמעס און אַרויסשטעלן אַדווערטייזמענטס וואָס לייגן אַ דגש אויף דעם טעם און געשמאַק פון דעם געטראַנק, האָט "אַבסאָלוט" גענומען אַן אַנדערן מהלך און געמאַכט אַ קאַמפיין באַזירט אויף דעם אייגנאַרטיגן פאַרעם פון זייער באַטל, אַן זאָגן אַ וואָרט וועגן די וואָדקע זעלבסט. אַנדערש? יאָ. ערפּאָלגרייך? "אַבסאָלוט" – נאָך ווי!

לויט אַן אַרטיקל אין מידיאַ-פּאַסט האָט "ליבערטי טעקס קאָנסאַלטענטס" – אַ גרויסע טעקס פירמע וואָס איז פאַרצווייגט איבער די גאַנצע יו. עס., מצליח געווען צו טוישן מענטש'ס בליק אויף זיי אַלס אַן איינפאַכע CPA פירמע אַדאַנק אַן עטוואָס טשיקאַווע כאַראַקטער: אַ מאַנספּערזאָן ווערסיע פון די "סטאַטוע אָוו ליבערטי"!

יעדעס יאָר אין די צייט ווען יעדער איז פאַרנומען מיט פּיילן די טעקסעס מיט די איי. אַר. עס. קען מען זען פאַרשטעלטע "סטאַטוע אָוו ליבערטיס" פאַכענדיג ווי משוגעים צו פאַרבייגייענדע קאַרס, בשעת זיי טיטלען מיט די פינגער אויף די קליינע ליבערטי טעקס אָפּיס וואָס געפינט זיך אונטער זיי. כאָטש ס'איז נישט עפּעס וואָס אַ טעקס פירמע וואָלט געווענליך געטאַן, זעט אָבער אויס ווי ס'מאַכט טאַקע דעם עולם פּרייליך. ס'האַט געברענגט פאַר די פירמע אַסאַך פּרֶסומי (ניסאַ)... און דו האָסט נאָך געמיינט אַז פאַרשטעלעכץ איז נאָר פאַר פורים!

די אונטערשטע שורה? האָב נישט מורא צו זיין אַנדערש! הייב אויף דיין גלעזל "אַבסאָלוט וואָדקע" – לחיים!



## איינס אין דער וועלט!

אָדווערטייזינג קאַמפיין פון די '960 יאָרן האָט אַרויסגעברענגט דעם פאַקט אַז זיי זענען נאָר געווען די 'נומער 2' אין די קאַר רענטינג אינדוסטריע (הערץ איז געווען נומער 1) און דערפאַר גייען זיי אַרויס פון וועג צו געבן גוטע סערוויס פאַר זייערע קונים. אמת, זיי האָבן גענומען אַ ריזיקע מיט'ן מודה זיין אָפּענערהייט אַז זיי זענען נישט די גרעסטע אין די ביזנעס; אָבער זיי האָבן איינגעשטעלט – און דערנאָך נהנה געווען פון די תוצאות.

עס זענען פאַרהאַן מענטשן וועלכע האָבן נישט קיין פּראָבלעם מיט'ן זיין דורכשניטליך, "נאַרמאַל", ווי יעדער; אָבער אין געוויסע פעלער איז עס פשוט אַ טפשות צו זיין "טיפּיש". עטליכע פון אַמעריקאַנער פירמע'ס געלונגענסטע קאַמפייןס האָבן זיך אויסגעאַרבעט אַזוי גוט דווקא ווייל זיי זענען געווען אַנדערש און קוריאָז. צום ביישפּיל, די באַרימטע "עיוויס רענטל קאַר"



### די אונטערשטע שורה:

**דער כלל אין מאַרקעטינג איז צו זיין אַ יוצא מן הכלל! אַ גוטער מאַרקעטינג קאַמפיין איז אייגנאַרטיג, אויסערגעווענליך, און... איינס אין דער וועלט!**