

Hvorfor markedsanalyse? Kan det siges bedre?

Uddrag fra bogen "Kunder i tusindtal" af H. Wahl Asmussen, grundlægger af Gallup Institutet i 1940, skrevet i 1932 – for 73 år siden!

Ikke et eneste øjeblik bør vi glemme, at salget af en vare ikke foregår ved at bevæge varen, men ved en bevægelse af menneskelige tanker. Produktionen beror på rent fysiske kræfter, salget bestemmes af tanker, og det er vort kendskab til disse tanker, som afgør, i hvilket omfang vi kan lede dem eller forme dem, som vi ønsker.

For en forretningsmand, hvis bestræbelser for at udvide kundekredsen er lige akkurat

nok til at give ham søvnløse nætter, vil gennemsnittets lov være en velsignelse. Han vil opgive alle de spekulationer, der samler sig om fabrikationen, distributionen, mellemhandler-rabatter, pakkemetoder, højere eller lavere priser eller andre biting. Han vil styre i en lige kurs ud mellem publikum, og der vil han – ved hjælp af gennemsnittets lov – finde et sandfærdigt, komplet, tilforladeligt svar på alle de spørgsmål, der beskæftiger ham.

Med disse svar foran sig, vil der ikke længe være noget x i hans ligning. Han vil til punkt og prikke vide, hvorfor han i det hele taget har et publikum for sine varer. Han vil høre om sine egne dyder, og han vil få sine

egne fejl revet i næsen, så han sent vil glemme dem og hurtigt rette dem. Han vil vide, hvor modstandernes front er svagest, og hvor et angreb hurtigt kan føre til et gennembrud. Købemotiverne vil være ham velkendte – vejen fremad vil ligge klar. Han vil sove bedre om natten og arbejde bedre om dagen.

Tekst:

H. Wahl Asmussen

Skrevet i 1932 – for 73 år siden!



For 73 år siden skrev Gallups grundlægger, Wahl Asmussen, denne tekst, som også nutidens forretningsmand kan bruge til at opgive sine spekulationer.

