

## **Een lelijk pak yoghurt sucks**

Ja, ik trap er graag in. Met open ogen zelfs. Waarin? In gelikte marketingtrucs. En waarom? Omdat ik van mooie dingen hou. Waarom zou je kunst en modeshows bekijken maar wel tevreden zijn met – bijvoorbeeld – een lelijk pak yoghurt?

Natuurlijk, ik snap ook wel dat het geen hoofdzaak is. In het voorbeeld van de yoghurt moet deze ten eerste lekker smaken. Lekker fris en romig, niet te zuur en niet te zoet, niet te dun en niet te dik en uiteraard zonder klontjes. Houdbaarheid lijkt mij ook enige relevantie hebben in dit geval. Niemand houdt van zure groene yoghurtmelk of van dikke gele vetranden.

Maar als aan al deze randvoorwaarden is voldaan, dan vind ik het persoonlijk toch veel fijner om een gezellig pak uit de koelkast te pakken. Dat, ook al regent het buiten pijpenstelen en zakt de wereld steeds dieper weg in de crisis, je even een moment kunt genieten van mooie kleuren, vormen en plaatjes op je yoghurtpak.

In de wereld van marketing en communicatie hebben ze een paar mooie termen voor dit soort zaken. Vieze bedorven yoghurt heet een dissatifier. Bah. Je verwacht gewoon dat dit in orde is. Zo niet, dan ben je niet blij.

Een satisfier zou in dit voorbeeld zijn dat de yoghurt én lekker is én vers én ook nog in een leuk pak zit. “Joepie!”, denken we dan massaal. “Wat gezellig dat er grassprietjes en lieveheersbeestjes op mijn pak yoghurt dwarrelen.”

Maar wil je als bedrijf nu echt scoren, dan zorg je voor een zogenaamde delighter. Een gratis parachutesprong bij je pak yoghurt zou bijvoorbeeld geniaal zijn. Dit verwachten we totaal niet en we gaan helemaal uit ons dak! We springen bij het yoghurtschap vandaan, strekken onze armen uit in de lucht en maken een sprongetje waarbij onze hielen tegen elkaar aan klakken. We roepen: “wauw” en ook “te gek”. En laat dat nu precies de manier zijn waarop ik elke dag mijn yoghurt wil eten...