

# Retorik för 1 000 dollar

■ **Retorisk bilaffär.** Under ett utbytesuppehåll i USA stiftade artikelns skribent bekantskap med retorikens tre appellformer i en amerikansk bilförsäljares gestalt. Läs hur man kan enkelt kan sälja till en, som absolut inte vill köpa.

av Nils Oliver Groth

DET ÄR INGEN HEMLIGHET att amerikaner avskyr advokater, politiker och inte minst bilförsäljare. De sistnämnda huserar i storstädernas utkanter som kapitalismens ultimativa apostlar, vars enda mission i livet är att pracka på folk bilar, som är lite större, lite mer överlastade och mycket dyrare. För att det ska lyckas använder de säljstrategier, som appellerar till kundens alla sinnen: förnuft, förtroende och känslor. Det är en välkänd metod – en metod som har sålt ökända produkter här hemma som Kirby, Herbalife och Hamburg Mannheimer Försäkringar, trots deras tvivelaktiga kvaliteter och uppskrivade priser har blivit och blir avytttrade till tusentals danskar. Det var denna strategi jag oförhappandes skulle stifta bekantskap med en vanlig solig förmiddag i Californien.

Solreflexerna från de många polerade bilarna får mig ofrivilligt att knipa ihop ögonen när jag kör genom bilstaden Chula Vista, som ligger 30 kilometer utanför miljonstaden San Diego. Mitt motsatta ärende i denna stadsdel är att få sålt min gamla Mazda, när jag efter ett halvt års uppehåll i USA gärna vill pröva lyckan med en motorcykel. En uppgift som har fått mig till denna stad, där alla direkt eller indirekt lever av bilförsäljarnas förmåga. Den fyra kilometer långa huvudgatan med tusentals bilar borde kanske ha fått mig

förstå att det inte saknades begagnade bilar här i staden men oförväget går jag in till en bilhandlare, där en stor skylt förkunnar: "Vi köper begagnade bilar".

Det första jag märker är de många säljarna, som sitter i sina kostymer på verandan utanför försäljningslokalen. Amerikanska bilförsäljare har bara provision som lön så bilhandlarna anställer ofta långt fler än de behöver, vilket betyder att de flesta av männen denna dag sitter och röker en cigarett eller har siesta på mexikanskt maner. Jag parkerar min Mazda strängt övervakad av säljarna vilket inte enbart är en behaglig känsla. Genast jag kliver ur bilen möter mina ögon Ralph, som ser lika ärkeamerikansk ut som sitt namn: Medelålders, lite butter, solbränd och med ett guldur som antingen är dyrt eller falskt. Han hälsar med ett fast handslag och frågar vad han kan göra för mig.

## Appellformerna

Ralph ska visa sig bli en mer ingående bekantskap än jag räknat med. Han ger mig nämligen helt ovetande en introduktion till varför en vördnadsvärd retorisk teori kan förvrängas till modernt försäljningssnack. Aristoteles beskrev för flera tusen år sedan de tre appellformerna: Logos, Ethos och



Pathos som var och en övertygar publikum olika. Logos är de argument, som talar till vårt förnuft, ethos bygger på avsändarens trovärdighet och pathos är de argument, som talar till känslorna hos en åhörare. Den gången använde man appellformerna i den grekiska demokratis tjänst, när man på offentliga platser och i senaten fattade beslut om stadens politik. I Chula Vista används de när man i svala glashus ska sälja flest möjliga bilar en vanlig eftermiddag.

### *Ethos*

”Flott bil”. Man kan förstärka sitt ethos genom att skapa en samhörighet med sitt publikum och berömma det. Min vän Ralph startade vårt samtal med att berömma det enda vi hade gemensamt – nämligen min bil. Ett beröm han kanske ångrar, när jag strax upplyser honom att jag är här för att sälja den. Men leendet förblir stort och han ber mig bara att följa med in i försäljningslokalen. På de hundra meter vi ska gå hinner vi både prata om mina studier, hans familj och vårt gemensamma intresse för surfing.

### *Pathos*

Strax framför ingången står en liten blå sportbil parkerad med fronten mot gatan. Jag ser priset 6000 – eller 5995 – dol-

lar och tittar bort igen. Ralph frågar mig om jag orkar vänta på att han flyttar den då den nästan är såld. Det är ok för mig tills han får den goda idén att jag kan flytta den åt honom. Jag vill gärna vara vänlig, han ska ju helst köpa min bil, så jag ler och tar emot nycklarna. När jag sätter nycklarna i tändningen sitter Ralph på ett mirakulöst sätt vid min sida: ”Jag har ändå inget att göra så vi kan ta en liten tur”. Nu börjar ett helt kyrktorn med alarmklockor att ringa i mitt huvud eftersom jag mycket väl vet att bilar säljs på provturer, men jag litar på min egen viljestyrka. Vi drar ut på vägar vars asfalt legat för otaliga provturer medan Ralph ler ända upp till öronen. Han ler länge! ”Ge den bara gas, kid, du kör ju utmärkt!” Jag beundrar hans kompetenta omdöme när det gäller min körförmåga medan han pratar om motors dragmoment, om hjulupphängning och om den gången han sladdade av i en kurva längre fram. Senare upptäcker jag, att hela den tid jag tillbringar med honom snackar han konstant. Samtalet kommer raskt in på bilsemester vilket snabbt får min inre film att rulla med en bil, öppet land och mig bakom ratten. Pathosappellen har försatt mig i ett saligt rus, där mina rationella behovsanalyser kvävs innan de når mitt bättre medvetande.

Tillbaka med försäljaren går vi in på hans kontor, som består av en glaskub inklämd i en lång rad av andra glaskuber, som allihop ligger under ett slags kontrolltorn, där jag

kan skymta några telefonister och ett par större kontor. Ralph pekar på en stol och sätter sig med ett energiskt leende. Först ber han mig vänta ett ögonblick medan han vill ta reda på priset för min bil, vilket sker på en dator på ett annat ställe. Jag ska alltså förebrå en central dator om priset är för lågt och inte Ralph, som bara hjälper mig i kampen mot den digitale beslutsfattaren. Budet är rena lurendrejeriet. Han bjuder 2200 dollar för min bil, som jag vet är värd minst 3000 dollar. "Men jag kan lätt hjälpa dig till ett bättre pris. Låt oss leka med tanken att om du köper den andra så kan jag trissa upp det tills det börjar ringa".

### Logos

Ralph tar fram ett papper, som han lägger framför mig. Det är fyra kolumner som ska fyllas i den nästa timmen. Först skriver han med tydliga bokstäver det pris, som jag såg på bilens prislapp. Redan här protesterar jag då jag inte vill köpa en bil och om jag absolut vill ha en bil skulle denna bil vara alldeles för dyr. Men skriftens - och datorns - auktoritet står på hans sida, dock fyller han i den andra kolumnen med ett pris, det är 200 dollar lägre. Då jag återigen insisterar på att jag vill ha den billigare ringer han till kontrolltornet: "Jag har mr Groth här, ring inte efter polisen men han försöker stjäla vår bil". Bilförsäljarhumor - gudskelov skratrar han själv. Kontrolltornet beviljar inte ett lägre pris men nu drar han fram ett annat kort ur fickan. Jag kan ju låna pengarna. Vi börjar att fylla i den tredje kolumnen.

Han frågar mig - ständigt bara för att leka med tanken - om hur mycket pengar jag kunde undvara per månad om det skulle vara. "100 dollar", svarar jag. "Hundra upp till vad?", frågar han. Jag säger 125 som han skriver ner. Så frågar han om hur mycket jag kunde lägga som inbetalning och jag svarar 1000 dollar. Igen frågar han: "1000 upp till vad?". Han skriver ner 1500. Nu ringer han till ett ospecificerat kontor: "Jag har en ung man här", han ler mot mig, "som just har provat MX5-en. Jag minns inte om det har skrivits något säljkontrakt på den." Han väntar en stund och ler glatt då det förnekas. Han frågar vidare: "Kan jag genast få siffrorna". Han skriver ner några nya siffror i de kolumner vi redan har fyllt i. Slutligen fylls den fjärde kolumnen i med priset på inbytesbilen. Nu är hela pappret fyllt med en mängd tal. Jag märker att alla slutar med ojämna siffror, 128,54 dollar i månaden, 1574,43 i inbetalning. Strängt taget betyder några cent inte något varken för försäljaren eller mig, men det bidrar till intrycket att priserna faktiskt uträknas ganska precist, vilket styrker det sakliga intryck som krävs av en logos-appel.

### Övertygad

Efter ett långt snack om värdet på min bil, går han slutligen in till sin chef för att få ett bättre pris. Tillsynes strider han

alltså för mig - mot bilhandlaren. I detta ögonblick tänker jag inte på att när vi förhandlar om mitt pris förhandlar vi i själva verket också om hans provision. Efter att ha väntat några minuter på att han för fjärde gången ska lämna lokalen för att prata med en överordnad kommer han leende tillbaka: "Goda nyheter, du får 2800".

Jag vet ännu inte exakt när han fått övertaget över mig under denna försäljningsseans. Hans många turer ut från kontoret övertygade mig verkligen om att han gjorde vad han kunde för att ge mig ett bättre pris. Idag funderar jag bara på vad han egentligen talar om med dessa människor, dag efter dag. De matematiskt noggranna priserna på pappret bidrog också till intrycket att allt var seriöst uträknat. Ralph själv var verkligen mycket sympatisk och hans ständiga prat och mer eller mindre tydliga lovord av alla mina uppfattningar var jag inte hårdad emot. Slutligen gjorde provturen och drömmen om att se USA med mig bakom ratten också intryck. Tillsammans medför det i varje fall att jag skriver under ett lånekontrakt, vilket kräver att jag visar mitt personnummerbevis. Allt står och faller med detta bevis, som jag dessvärre upptäcker att jag har glömt hemma. Jag märker att hans ögon bleknar lite men vi bestämmer att jag kör hem och hämtar det. Hemma hittar jag kortet men kollar för säkerhets skull priserna på liknande blå sportbilar i den blå tidningen. De ligger alla 1000 dollar under bilhandlarens pris. Jag kör inte tillbaka till Ralph.

Hade köpet gått i lås hade jag betalat 1000 dollar, därför att Ralph fick mig att känna som jag var med i en roadmovie, när han rosade min körning och när han förhandlade mitt pris. Ack ja, retorikens tre appellformer lever i bästa välmåga. Men nog inte som Aristoteles tänkt sig!

### Om artikelförfattaren

Nils Oliver Groth studerar retorik vid Köpenhamns universitet och är redaktör på danska RetorikMagasinet.