

Piotr Tymochowicz,
specjalista ds. wizerunku



Badania pokazują, że nie mamy zaufania do współplemieńców, więc zewnętrzny obserwator jest bardziej wiarygodny niż rodak. A Davies wie, jak się przypodobać Polakom. Można to zaobserwować nie tylko w książkach, ale też jego emocjonalnych wywiadach, w licznych i często nieuzasadnionych pochlebstwach dla Polaków. A nam podobają się ci, którzy obdarzają nas sympatią, nawet fałszywą. Trudno powiedzieć, ile jest szczerości w słowach Daviesa. Jego pomysł marketingowy jest następujący: chcesz odnieść sukces wydawniczy, to buduj relacje z czytelnikami, wykorzystując ich cechy narodowe. Cechą Polaków jest pozycja kłęcząca wobec obcokrajowców. Poza tym jego książki, pisane pod nasz rynek, przychodzą do nas po mało istotnych premierach w USA. A taka pozorowana światowość na nas działa.