



MOMENTOS INESQUECÍVEIS

GILLETTE OPERA — ATTO IV: FUORI ZONA

EPISÓDIO 2 - PARTE A

MOMENTOS INESQUECÍVEIS

Ao longo da estrada que liga Messina a Catânia, ele decidiu que eu devia dirigir, e me deu a minha primeira lição sobre a única coisa que eu precisava saber acima de todas as outras:

como me apresentar a um cliente.

Eu estava vestido feito um dândi, usando um perfume francês de mulher, e sinceramente torcia para que ele não fosse me largar em algum anel viário para eu me vender

— o primeiro "GIGOLÔ GILLETTE DA SICÍLIA", sem poder contar para ninguém.

Teria sido uma experiência realmente única, mas era só uma preocupaçãozinha irônica e barata passando pela minha cabeça, uma que preferi guardar para mim.

Giorgio disse que ia me apresentar como o Sr. Frega, acompanhando-o pela empresa,

e que ia pedir ao cliente que me disparasse qualquer pergunta que quisesse, para me observar de perto, porque um dia eu ia ser famoso — não pelos motivos errados, só pela minha capacidade, ele tinha certeza. Assim ele fazia o cliente se sentir importante, digno de uma visita, e a gente ia ver que tipo de reação teria. Responda como você quiser, ele disse.

Ele não era bobo — tinha feito o teste com o cliente parecer fácil, mas era curioso feito fofoqueiro de cidade pequena e queria ver com os próprios olhos o que eu faria, o que ia acontecer. E a verdade é que nenhum de nós dois realmente sabia.

Primeiro cliente da lista: a plataforma de distribuição RINASCENTE em Catânia. Eu tinha tido a sorte, durante os meus cinco dias de treinamento na Gillette, de visitar os armazéns deles sem agendamento, e tinha entendido uma coisa: era só a força do nome Gillette que nos fazia ser recebidos sem aviso — algo entre ser arrogante e ser indispensável.

A secretária veio nos receber e nos conduziu até a sala de espera, e pouco depois a compradora saiu ao nosso encontro — uma mulher alta, elegante, bonita, bem-arrumada e perfumada, que nos cumprimentou logo aos dois e perguntou se queríamos café.

Giorgio agradeceu e disse que sim, eu disse que não, e ele já estava se preparando para responder à pergunta da compradora sobre quem eu era e qual era o meu papel.

Antes que ele pudesse dizer uma palavra, me antecipei: sou aprendiz de vendas, eu disse, mas, por favor, não me confunda com o aprendiz de feiticeiro.

Ela caiu na gargalhada e disse: que dia lindo este está se revelando — cheguei meio para baixo, e agora tudo mudou.

Giorgio estava com os óculos de leitura dele, uma caneta de aparência importante que sempre

guardava no bolso do paletó, e uma agenda de couro tamanho A5 com fecho de zíper, onde guardava os blocos de pedidos.

Nenhuma pasta, nenhum computador, e o celular rigorosamente desligado.

Eles começaram a montar o pedido de consumo — era assim que chamavam — e eu ficava ouvindo eles falarem de uma janela de "PICKING", tentando entender o que aquilo de fato queria dizer.

Não houve venda de verdade naquele dia — no grande varejo, tudo funcionava com base numa tabela de preços anual fixa, com promoções locais tratadas por meio de encartes geridos centralmente, a partir da matriz.

A reunião inteira durou vinte minutos, e antes de a gente sair a mulher perguntou: Sr. Priolo, o senhor não vai me convidar para almoçar hoje, para a gente conhecer um pouco melhor o seu aprendiz de feiticeiro — aquele que não disse mais nada?

Claro, ele disse — vamos nos encontrar em Ognina, no restaurante Selen, 13h30, e será um grande prazer recebê-la em nome da minha empresa.

Enquanto isso, descemos até o piso da loja, ao departamento de perfumaria, para conhecer a mulher responsável pelo pedido dos cosméticos COROLLE, e quando ele abriu o caderno de pedidos fiquei impressionado ao ver doze páginas de listagens — mais de 1.500 SKUs.

Quando lançaram o slogan "PORQUE EU MEREÇO", não foi só uma frase ousada — há toda uma filosofia dentro dele que ainda hoje o torna atemporal: mulher.

Ferdinando