



GILLETTE HAIR, E MAIS

Gillette Trailer 3 — Nando, o Escriba

gillettenarrative.com

Estávamos nos tornando, dia após dia, a marca presente em todo ritual humano antes de sair de casa

— barbear, esfoliação do rosto, e, para o cabelo, ao menos para quem ainda tinha, a gente também precisava fazer algo.

A visão de Boston era que o MALE GROOMING devia carregar o mercado masculino inteiro, mas nós, como

sempre, contávamos com as mulheres — as nossas melhores clientes — embora naquela época ninguém tivesse a coragem de dizer isso

em voz alta a quem quer que fosse. Hoje, encontrei o momento certo para finalmente dizê-lo.

Xampu Scintel, quatro versões: para cabelos normais, uso frequente, cabelos oleosos, anticaspa.

Um dos maiores mercados que existiam — naquela época valia quase 600 bilhões de libras — e mesmo

deter uma pequena fatia dele já era um grande resultado.

O nosso golpe de sorte foi que a líder do setor ainda estava confinada a vender dentro das perfumarias — aquela

empresa conhecida como L'Oréal, casa de algumas marcas muito fortes. Mas era só uma vantagem

momentânea, porque bem por volta da mesma época, com uma força tremenda, a marca GRAPHIC da Garnier

chegou em massa, e ninguém deveria ter sido capaz de vender mais do que eles naquela categoria. Mas

a gente fez mais.

Ao mesmo tempo, lançamos a conclusão da linha capilar Scientel — gel, mousse, spray —

e os clientes ficaram convencidos de que a Gillette tinha comprado a L'Oréal. Quando os próprios vendedores da L'Oréal

passavam por aqueles mesmos clientes, ouviam, com um sorriso: "A gente já fez o pedido —

direto com o Frega."

À noite era só risada nos hotéis onde todos nos reuníamos, e eu e o meu colega

da J&J costumávamos trocar os pedidos de um cliente em Crotona que, durante anos, insistia em pedir: Oral-B com

ele, e "OB" comigo. Nunca conseguimos convencê-lo do contrário.

AHAHAHAHAHA

Ferdinando