



GILLETTE ΓΙΑ ΤΟ ΠΡΟΣΩΠΟ ENANTION L'ORÉAL

L'ORÉAL THROUGH GILLETTE · 18

Όταν ήρθε η πρώτη σύσκεψη, ο διευθυντής πωλήσεων έφτασε για να παρουσιάσει το λανσάρισμα της πρώτης κοκκώδους κρέμας καθαρισμού προσώπου με βερικόκο, και γυρίζοντας προς εμένα ρώτησε: «Frega, εσύ τι λες;»

Κι εγώ απάντησα: «Κύριε διευθυντά, ποιος αγόρασε όλους εκείνους τους βερικοκόκηπους σε όλο τον κόσμο κι αποφάσισε να μας βάλει να πουλάμε φρούτα — ας ελπίσουμε μόνο να μην ακολουθήσουν τα λαχανικά».

Έβαλε τα γέλια σαν τρελός, αλλά ξαναβρίσκοντας γρήγορα τον ρόλο του, είπε: «Ας δείξουμε στο international ότι δεν μαζεύουμε μόνο παραγγελίες για λεπίδες και ξυριστικές μηχανές, να ξέρετε».

Λανσάραμε μαζί με το Ηνωμένο Βασίλειο και την Ισπανία, και όλοι προσπαθούσαν να βγουν πρώτοι στα νούμερα — αυτός είναι ο φυσικός ανταγωνισμός — αλλά οι καταναλωτές του νότου κάθε έθνους είναι πάντα εκείνοι που παρουσιάζονται σαν την όμορφη γυναίκα που οι άντρες του βορρά δεν μπορούν να κάνουν χωρίς αυτήν, κι αυτή τη φορά δεν ήταν διαφορετικά.

Μάρκα APRI, τύπος προϊόντος ΚΟΚΚΩΔΕΣ ΚΑΘΑΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΟΥ, ύστερα, τρεις μήνες αργότερα, ΚΡΕΜΑ ΚΑΘΑΡΙΣΜΟΥ ΠΡΟΣΩΠΟΥ, και τρεις μήνες μετά από αυτό, ΕΝΥΔΑΤΙΚΗ ΚΡΕΜΑ σε βάζο και σωληνάριο.

Μετά από εννέα μήνες, ήμασταν μέσα στο μερίδιο αγοράς, δίπλα στη Nivea, στη Leocrema και σε άλλες μάρκες που ηγούνταν στα

φαρμακεία, και οι πελάτες ήταν ευχαριστημένοι που το προϊόν κινούνταν ήδη στην κατανάλωση χωρίς ούτε μία διαφημιστική εκστρατεία.

Κι ύστερα ο γνωστός συνάδελφος της Gillette από τη Νάπολη πέταξε σε μια σύσκεψη την ατάκα: «Το αγοράζουν για να φτιάξουν φρουτοσαλάτα — το δικό μας κοστίζει λιγότερο».

Να όμως το γεγονός που τα λέει όλα: όταν πουλήσαμε τη μάρκα στη Henkel, εκείνο το είδος φρούτου έπαψε εντελώς να τρώγεται σε εκείνες τις αγορές.

Ferdinando