



GILLETTE ZA LICE PROTIV L'ORÉALA

L'ORÉAL THROUGH GILLETTE · 18

Kad je došao prvi sastanak, direktor prodaje stigao je predstaviti lansiranje prve granulirane kreme za čišćenje lica s marelicom i, okrenuvši se prema meni, pitao: „Frega, što vi mislite?”

A ja sam odgovorio: „Doktore, tko je pokupovao sve one nasade marelica po svijetu i odlučio nas natjerati da prodajemo voće – nadajmo se samo da sljedeće neće doći povrće.”

Prasnuo je u smijeh kao lud, ali brzo se vratio u svoju ulogu i rekao: „Pokažimo internacionali da ne skupljamo samo narudžbe za oštrice i brijače, pazite.”

Lansirali smo zajedno s Ujedinjenim Kraljevstvom i Španjolskom i svi su pokušavali biti prvi u brojkama – to je prirodno natjecanje – ali potrošači na jugu svake zemlje uvijek su oni koje se prikazuje kao lijepu ženu bez koje muškarci sa sjevera ne mogu, i ovaj put nije bilo drukčije.

Marka APRI, vrsta proizvoda GRANULIRANO SREDSTVO ZA ČIŠĆENJE LICA, zatim tri mjeseca poslije KREMA ZA PRANJE LICA, a tri mjeseca nakon toga HIDRATANTNA KREMA u staklenci i tubi.

Nakon devet mjeseci bili smo u tržišnom udjelu, uz Niveu, Leocrema i druge vodeće ljekarničke marke, a kupci su bili zadovoljni što se proizvod već prodaje u potrošnji bez ijedne reklamne kampanje.

A onda je uobičajeni kolega iz Gillettea u Napulju na sastanku izašao s rečenicom: „Kupuju je da rade voćnu salatu – naša je jeftinija.”

Ali evo činjenice koja govori sve: kad smo marku prodali Henkelu, ta se vrsta voća na tim tržištima potpuno prestala jesti.

Ferdinando