



Gillette کے بال بمقابلہ L'Oréal Garnier

ہم، دن بہ دن، وہ برانڈ بنتے جا رہے تھے جو گھر سے نکلنے سے پہلے کی ہر انسانی رسم میں موجود ہو — شیو، چہرے کا اسکرُب، اور بالوں کے لیے بھی، کم از کم اُن کے لیے جن کے ابھی باقی تھے، ہمیں کچھ کرنا ہی تھا۔

بوسٹن کی رائے یہ تھی کہ مردانہ گرومنگ کو مردوں کی پوری منڈی اٹھانی چاہیے، مگر ہم، ہمیشہ کی طرح، عورتوں پر تکیہ کرتے تھے — ہماری بہترین گاہک — اگرچہ اُس زمانے میں کسی میں یہ ہمت نہ تھی کہ یہ بات کسی کے سامنے اونچی آواز میں کہہ دے۔ آج مجھے آخر کار یہ کہنے کا صحیح موقع مل گیا ہے۔

Scientel شیپو، چار قسمیں: عام بالوں کے لیے، روزمرہ استعمال کے لیے، چکنے بالوں کے لیے، خشکی دور کرنے والا۔

سب سے بڑی منڈیوں میں سے ایک — اُس وقت اس کی مالیت تقریباً 600 ارب لیرا تھی — اور اس کا ایک چھوٹا سا حصہ ہاتھ آ جانا بھی بڑی کامیابی تھی۔

ہماری خوش قسمتی یہ تھی کہ اس شعبے کا سرخیل ابھی تک پرفیومریوں کے اندر بیچنے تک محدود تھا — وہ کمپنی جسے L'Oréal کہتے ہیں، کچھ نہایت مضبوط برانڈوں کا گھر۔ مگر یہ بس لمحاتی برتری تھی، کیونکہ عین انہی دنوں، زبردست قوت کے ساتھ، Garnier کا برانڈ GRAPHIC دھاوا بول کر آ پہنچا، اور ہونا تو یہ چاہیے تھا کہ اس زمرے میں کوئی ان سے زیادہ نہ بیچ پاتا۔ مگر ہم نے اس سے بڑھ کر کر دکھایا۔

اسی دوران ہم نے Scientel کی ہیئر لائن کا باقی حصہ بھی اتار دیا — جیل، موس، اسپرے — اور گاہکوں کو یقین ہو گیا کہ Gillette نے L'Oréal خرید لیا ہے۔ جب L'Oréal کے اپنے سیلز مین انہی گاہکوں کے ہاں جاتے تو انہیں، مسکراہٹ کے ساتھ، سننے کو ملتا: ”ہم تو آرڈر دے چکے — سیدھا فریگا کو۔“

رات کو اُن ہوٹلوں میں جہاں ہم سب اکٹھے ہوتے تھے بس قہقہے ہی قہقہے ہوتے، اور میں اور J&J کا میرا رفیق کار کروتونے کے ایک گاہک کے آرڈر آپس میں بدل لیا کرتے تھے جو،

برسوں تک، یوں آرڈر دیتا رہا: Oral-B اُس سے، اور ”OB“ مجھ سے۔ ہم اسے کبھی سمجھا نہ سکے۔

ہاہاہاہاہا۔

فرڈیننڈو

L'Oréal، Gillette ← PDF کی نظر سے

دوسری داستانیں دیکھو

• Vatican • One Door • Genesis • Opera • Wood • کتب خانہ • The Corpus • نقشے •

رابطہ