
o.b.
tampons
HAIR COLOR
PERMANENT HAIR COLOR
COLOR BLUE
COOL BLUE 1.1
BLUE BLACK COOL
FOR PROFESSIONAL USE

موی GILLETTE در برابر L’ORÉAL GARNIER

L’ORÉAL THROUGH GILLETTE · 15

روز به روز داشتیم به برندی بدل می‌شدیم که در هر آیین انسانی پیش از بیرون رفتن از خانه حاضر بود — اصلاح، لایه‌بردار صورت، و برای مو، دست‌کم برای آن‌ها که هنوز مو داشتند، باید کاری می‌کردیم.

نظر بوستون این بود که MALE GROOMING باید کل بازار مردانه را به دوش بکشد، اما ما، مثل همیشه، به زنان تکیه کردیم — بهترین مشتریانمان — هرچند آن زمان هیچ‌کس جرئت نداشت این را بلند به کسی بگوید. امروز لحظهٔ درست را پیدا کرده‌ام تا سرانجام بگویمش.

شامپوی Scientel، چهار نوع: برای موی معمولی، مصرف مکرر، موی چرب، ضدشوره.

یکی از بزرگ‌ترین بازارهای موجود — آن زمان نزدیک 600 میلیارد لیر ارزش داشت — و حتی داشتن سهم کوچکی از آن خودش نتیجه‌ای بزرگ بود.

بخت ما این بود که پیشتاز بازار هنوز به فروش درون عطرفروشی‌ها محدود بود — آن شرکتی که L’Oréal نام داشت، خانهٔ چند برند بسیار قوی. اما این فقط برتری‌ای گذرا بود، چون درست در همان زمان، با نیرویی عظیم، GRAPHIC BRAND شرکت Garnier انبوه از راه رسید، و هیچ‌کس نباید می‌توانست در آن گروه کالا از آن‌ها بیشتر بفروشد. اما ما بیشتر کردیم.

هم‌زمان، تکمیل خط موی Scientel را راه انداختیم — ژل، موس، اسپری — و مشتری‌ها قانع شدند که Gillette شرکت L’Oréal را خریده است. وقتی نمایندگان فروش خود L’Oréal از همان مشتری‌ها می‌گذشتند، با لبخند می‌شنیدند: «سفارش را داده‌ایم — مستقیم به Frega.»

شب‌ها در هتل‌هایی که همه آنجا جمع می‌شدیم چیزی جز خنده نبود، و من و همکارم از J&L سفارش‌های مشتری‌ای در کروتونه را با هم عوض

می‌کردیم که سال‌ها مدام سفارش می‌داد: Oral-B از او، و «OB» از من. هرگز نتوانستیم او را قانع کنیم که اشتباه می‌کند.

هاهاهاهاها.

Ferdinando