



GILLETTE ZA KOSU PROTIV L'ORÉAL GARNIERA

L'ORÉAL THROUGH GILLETTE · 15

Dan za danom postajali smo marka prisutna u svakom ljudskom obredu prije izlaska iz kuće – brijanje, piling lica, a i za kosu, barem za one koji su je još imali, morali smo nešto učiniti.

Boston je smatrao da MALE GROOMING mora nositi cijelo muško tržište, ali mi smo se, kao i uvijek, oslanjali na žene – naše najbolje kupce – iako tada nitko nije imao hrabrosti to nikome reći naglas. Danas sam našao pravi trenutak da to napokon kažem.

Šampon Scientel, četiri varijante: za normalnu kosu, za čestu upotrebu, za masnu kosu, protiv peruti.

Jedno od najvećih tržišta – tada je vrijedilo gotovo 600 milijardi lira – i već je i mali udio u njemu bio velik rezultat.

Naša je sreća bila to što je lider u sektoru još bio ograničen na prodaju u parfumerijama – ta tvrtka poznata kao L'Oréal, dom nekih vrlo jakih marki. Ali bila je to samo trenutna prednost, jer je upravo u to vrijeme, golemom snagom, masovno stigla Garnierova GRAPHIC BRAND, i nitko ih u toj kategoriji nije smio moći nadmašiti u prodaji. Ali mi smo učinili i više.

Istodobno smo lansirali dovršetak linije za kosu Scientel – gel, pjena, sprej – i kupci su se uvjerali da je Gillette kupio L'Oréal. Kad bi L'Oréalovi prodavači prošli kod tih istih kupaca, čuli bi, uz osmijeh: „Već smo dali narudžbu – izravno Fregi.”

Noću je bilo samo smijeha u hotelima gdje bismo se svi nalazili, a ja i moj kolega iz J&J-a znali smo zamijeniti narudžbe jednog

kupca iz Crotonea koji je godinama naručivao: od njega Oral-B, a od mene „OB”. Nikad ga nismo uspjeli uvjeriti u suprotno.

AHAHAHAHAHAH.

Ferdinando