



GILLETTE-HÁR GEGN L'ORÉAL GARNIER

L'ORÉAL THROUGH GILLETTE · 15

Dag eftir dag vorum við að verða vörumerkið sem var viðstatt hvern einasta helgisið mannsins áður en hann fór út úr húsi – rakstur, andlitsskrúbbur, og fyrir hárið, að minnsta kosti hjá þeim sem höfðu það enn, urðum við líka að gera eitthvað.

Í Boston var litið svo á að MALE GROOMING ætti að bera allan karlamarkaðinn, en við treystum, eins og alltaf, á konurnar – bestu viðskiptavinini okkar – þótt enginn hefði á þeim tíma kjark til að segja það upphátt við nokkurn mann. Í dag hef ég fundið rétta augnablikið til að segja það loksins.

Scientel-sjampó, fjórar tegundir: fyrir venjulegt hár, til tíðrar notkunar, fyrir feitt hár, gegn flösu.

Einn stærsti markaðurinn sem til var – á þeim tíma var hann tæplega 600 milljarða líra virði – og jafnvel lítil hlutdeild í honum var þegar mikill árangur.

Heppni okkar var sú að leiðandi fyrirtækið í greininni var enn bundið við að selja í ilmvöruverslunum – fyrirtækið sem kallað var L'Oréal, heimili nokkurra mjög sterkra vörumerkja. En það var aðeins forskot um stundarsakir, því að um svipað leyti kom GRAPHIC BRAND frá Garnier inn í stórum stíl, af gríðarlegum krafti, og enginn hefði átt að geta selt meira en þeir í þeim flokki. En við gerðum meira.

Á sama tíma settum við á markað viðbótina við Scientel-hárlínuna – gel, froðu, sprej – og viðskiptavinirnir sannfærðust um að

Gillette hefði keypt L'Oréal. Þegar sölumenn L'Oréal sjálfs komu til sömu viðskiptavina fengu þeir að heyra, með brosi: „Við erum þegar búin að leggja inn pöntunina – beint hjá Frega.“

Á kvöldin var ekkert nema hlátur á hótelnunum þar sem við hittumst allir, og ég og kollegi minn frá J&J vorum vanir að skiptast á pöntunum viðskiptavinar í Crotone sem árum saman pantaði: Oral-B hjá honum og „OB“ hjá mér. Okkur tókst aldrei að sannfæra hann um annað.

AHAHAHAHAHAH.

Ferdinando