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

GILLETTE의 헤어 대 L'ORÉAL GARNIER

L'ORÉAL THROUGH GILLETTE · 15

우리는 날마다, 집을 나서기 전 모든 인간의 의식에 함께하는 브랜드가 되어 가고 있었다. 면도, 얼굴 스크럽, 그리고 머리카락을 위해서도, 적어도 아직 머리카락이 있는 사람들을 위해서도 무언가를 해야 했다.

Boston의 견해는 MALE GROOMING이 남성 시장 전체를 이끌어야 한다는 것이었지만, 우리는 언제나처럼 여자들, 우리의 가장 좋은 고객들에게 기댔다. 다만 그때는 누구도 그것을 누구에게든 큰 소리로 말할 배짱이 없었다. 오늘 나는 마침내 그것을 말할 알맞은 때를 찾았다.

Scientel 샴푸, 네 가지 종류. 보통 모발용, 잦은 사용용, 지성 모발용, 비듬 방지용.

주변에서 가장 큰 시장 가운데 하나였다. 당시 거의 6,000억 리라 규모였고, 그중 작은 점유율만 차지해도 이미 큰 성과였다.

우리의 행운은 업계 선두가 아직 향수 전문점 안에서만 팔고 있었다는 것이었다. 아주 강력한 브랜드들을 거느린, L'Oréal이라는 이름으로 알려진 그 회사. 하지만 그것은 잠깐의 이점일 뿐이었다. 거의 같은 무렵, 엄청난 힘으로 Garnier의 GRAPHIC BRAND가 대거 들어왔고, 그 품목에서 아무도 그들보다 더 많이 팔 수는 없어야 했다. 하지만 우리는 그 이상을 해냈다.

동시에 우리는 Scientel 헤어 라인의 완성판, 곧 젤, 무스, 스프레이를 출시했고, 고객들은 Gillette가 L'Oréal을 사들였다고 믿게 되었다. L'Oréal의 세일즈맨들이 같은 고객들을 찾아가면, 미소와 함께 이런 말을 들었다. "주문은 벌써 했어요. Frega한테 직접요."

밤이면 우리가 모두 모이는 호텔에서는 웃음만 가득했다. J&J에 있던 동료와 나는 크로토네의 한 고객의 주문을 서로 바꿔 주곤 했는데, 그 고객은 몇 년 동안 그에게 Oral-B를, 내게 "OB"를 주문했다. 우리는 끝내 그를 설득하지 못했다.

아하하하하하하.

Ferdinando