



PĂRUL GILLETTE CONTRA L'ORÉAL GARNIER

L'ORÉAL THROUGH GILLETTE · 15

Deveneam, zi după zi, marca prezentă în fiecare ritual omenesc dinainte de a ieși din casă — bărbieritul, exfolierea feței, iar pentru păr, măcar pentru cei care încă îl mai aveau, trebuia să facem și noi ceva.

Părerea de la Boston era că MALE GROOMING trebuie să ducă în spate toată piața bărbătească, dar noi, ca de obicei, ne bazam pe femei — cele mai bune cliente ale noastre —, deși pe atunci nimeni n-avea curajul să o spună cu voce tare cuiva. Azi am găsit momentul potrivit ca s-o spun în sfârșit.

Șamponul Scientel, patru variante: pentru păr normal, utilizare frecventă, păr gras, antimătreață.

Una dintre cele mai mari piețe din jur — pe atunci valora aproape 600 de miliarde de lire — și chiar și o cotă mică din ea era deja un rezultat important.

Norocul nostru a fost că liderul sectorului era încă limitat la vânzarea în parfumerii — compania aceea cunoscută drept L'Oréal, casa unor mărci foarte puternice. Dar era doar un avantaj de moment, pentru că exact în aceeași perioadă, cu o forță uriașă, a sosit în masă GRAPHIC BRAND-ul Garnier, și nimeni n-ar fi trebuit să-i poată depăși la vânzări în categoria aceea. Dar noi am făcut mai mult.

În același timp am lansat completarea liniei de păr Scientel — gel, spumă, spray —, iar clienții s-au convins că Gillette cumpărase

L'Oréal. Când vânzătorii L'Oréal treceau pe la aceiași clienți, auzeau, cu un zâmbet: „Am dat deja comanda — direct lui Frega.”

Noaptea, în hotelurile unde ne întâlneam cu toții, era numai râs, iar eu și colegul meu de la J&J obișnuiam să facem schimb de comenzi la un client din Crotone care, ani de zile, comanda într-una: Oral-B de la el și „OB” de la mine. N-am reușit niciodată să-l convingem de contrariu.

AHAHAHAHAHAH.

Ferdinando