



ВОЛОССЯ GILLETTE ПРОТИ L'ORÉAL GARNIER

L'ORÉAL THROUGH GILLETTE · 15

День у день ми ставали брендом, присутнім у кожному людському ритуалі перед виходом із дому, — гоління, скраб для обличчя, а для волосся, принаймні для тих, у кого воно ще лишилося, нам теж треба було щось зробити.

Бостон вважав, що MALE GROOMING має нести на собі весь чоловічий ринок, але ми, як завжди, покладалися на жінок — наших найкращих клієнток, — хоча тоді ні в кого не вистачало духу сказати це комусь уголос. Сьогодні я знайшов слухний момент, щоб нарешті це сказати.

Шампунь Scientel, чотири варіанти: для нормального волосся, для частого використання, для жирного волосся, проти лупи.

Один із найбільших ринків — тоді він коштував майже 600 мільярдів лір, — і навіть невелика частка на ньому вже була великим результатом.

Нам пощастило в тому, що лідер сектора ще обмежувався продажами в парфумеріях — та компанія, відома як L'Oréal, дім кількох дуже сильних брендів. Але це була лише тимчасова перевага, бо якраз тоді ж, із величезною силою, масово прийшов GRAPHIC BRAND від Garnier, і ніхто не мав би змоги продати більше за них у цій категорії. Але ми зробили більше.

Водночас ми запустили доповнення лінії для волосся Scientel — гель, мус, спрей, — і клієнти переконалися, що Gillette купив

L'Oréal. Коли власні продавці L'Oréal проходили тими самими клієнтами, вони чули з усмішкою: «Ми вже зробили замовлення — прямо у Frega».

Ночами в готелях, де ми всі збиралися, був самий лише сміх, і ми з моїм колегою з J&J мінялися замовленнями одного клієнта з Кротоне, який роками замовляв: Oral-B у нього, а «ОВ» у мене. Нам так і не вдалося його переконати.

AXAXAXAXAXAX.

Ferdinando