



GILLETTE SAÇ, L'ORÉAL GARNIER'YE KARŞI

Gün geçtikçe, evden çıkmadan önceki her insan ritüelinde yer alan marka oluyorduk — tıraş, yüz peelingi; saç için de, en azından saç hâlâ yerinde duranlar için, bir şey yapmamız gerekiyordu.

Boston'a göre bütün erkek pazarını MALE GROOMING sırtlamalıydı, ama biz her zamanki gibi kadınlara yaslanıyorduk — en iyi müşterilerimize — gerçi o günlerde bunu kimseye yüksek sesle söyleyecek yürek kimsede yoktu. Bugün nihayet söylemenin tam sırasını buldum.

Scientel şampuan, dört çeşit: normal saçlar için, sık kullanım için, yağlı saçlar için, kepeğe karşı.

Ortalıktaki en büyük pazarlardan biri — o zamanlar 600 milyar lirete yakın ediyordu — içinden küçük bir pay tutmak bile başlı başına büyük bir sonuçtu.

Şansımız şuydu: sektörün lideri hâlâ yalnızca parfümerilerin içinde satış yapmaya mahkûmdu — çok güçlü bazı markaların yuvası olan, L'Oréal diye bilinen o şirket. Ama bu ancak bir anlık üstünlüktü, çünkü tam o sıralarda, müthiş bir güçle, Garnier'nin GRAPHIC MARKASI akın akın geldi ve o kategoride kimsenin onlardan fazla satabilmemesi gerekirdi. Ama biz daha fazlasını yaptık.

Aynı sırada Scientel saç serisini tamamlayan ürünleri çıkardık — jöle, köpük, sprey — ve müşteriler Gillette'in L'Oréal'i satın aldığına inandı. L'Oréal'in kendi satıcıları aynı müşterilere uğradığında, gülümseyerek söylenen şu sözü duyuyorlardı: “Siparişi verdik bile — doğrudan Frega'ya.”

Geceleri, hepimizin buluştuğu otellerde kahkahadan başka bir şey yoktu; J&J'deki meslektaşım ben, Crotone'deki bir müşterinin siparişlerini değiş tokuş ederdik; adam yıllarca ısrarla şöyle sipariş verdi: ondan Oral-B, benden “OB”. Onu bir türlü aksine ikna edemedik.

HAHAHAHAHAHA.

Ferdinando