



L'Oréalと訪ねる旗艦香水店

これからイタリアの香水店の神殿に入るんだ、と彼は私に心構えをさせた。オーナーは全国各地に何軒もの店を持っていた—名はLIMONI、レモンという意味だが、柑橘の酸っぱさなどかけられない男だった。身の処し方を知り尽くし、自分の帝国を築き上げた人物だ。

誰なのかはもう知っていた。母なるGilletteが、私たちが自分で訪問してはならない重要顧客のリストに載せていたからだ—その私がいま、他人のスーツを着て入っていく。「重要顧客」とは実のところ何を意味するのか、こういう人間を相手にするにはどんな科学が要するのか、これから知ることになるのだ。

中に入るなり、店長が迎えてくれた。プリオーロ先生、今日お越しいただけたのは幸運です、リモーニがちょうどボローニャの事務所から着いたところで、ご挨拶したいと申しております。

彼は執務室から出てくると、まっすぐジョルジョのところへ歩み寄り、温かく抱きしめた。二人は気安く名前呼び合う仲だった。

知り合ったのは、会社が儀式のように年に4回、最良の顧客に贈っていた旅行のひとつでのことだ—そこには必ず、営業部長の誰かが持ち回りで同行した。

それが顧客とのあいだに三重の絆をつくった—果汁を搾り取るだけのレモンではなく、顔を出さなければならない店であり、そして顧客との個人的な関係である。その関係が商売上の関係を堅固に保ち、忠誠心を常に高めていった。

それから私たちはCorolleのカウンターへ歩いていった—女なら誰もが自分のものにしたいと願うような部屋のなかに、立っている気がした。

ちょうどそのとき、上品な女性が入ってきて言った。パトリツィア、うちの主人が使っている刃をちょうだい—私を買わなければあの人は絶対に買わないのよ、いつまでも私のBICLADYのカミソリを使って、自分のMACH3の替刃を買うことなんて思い出もしないんだから。

場所は変わったが、消費者の現実はまったく同じだった。女たちが夫のために刃を買う。このカテゴリーを本当に生かしているのはそれなのだ—さもなければ、競合の売上すら存在しないだろう。

注文の段になると、彼は色番号をひとつ残らず、数字まで含めて諳んじていた—見事なものだった—そして最後に新色をいくつか加えたいと申し出ると、抵抗は一切なく、ご配慮ありがとうございますの一言だけだった。

店を出たとき、私は酔ったような気分だった—そんなものが存在するとは誰も教えてくれなかったものを見たのだ。私たちGilletteの人間は、自分たちがいちばん大きく、いちばん強いと思っていた。「THE BEST A MAN CAN GET」と謳うスローガンのキャンペーンを掲げて。そして今日に至るまで、誰もひとつのことを理解していない。Gilletteの男が手にするのは、最高の女だけ。

フェルディナンド