



ఒక ప్రధాన పెర్ఫ్యూమరీకి L'ORÉAL సందర్శన

L'ORÉAL THROUGH GILLETTE · 09

మేము ఇటాలియన్ పెర్ఫ్యూమరీల దేవాలయంలోకి
అడుగుపెట్టబోతున్నామని చెప్పి అతను నన్ను సిద్ధం చేశాడు.
యజమానికి దేశమంతటా విస్తరించిన ఎన్నో దుకాణాలు ఉన్నాయి
— అతని పేరు LIMONI, అంటే నిమ్మకాయలు, కానీ అతనిలో
పులుపు ఏమీ లేదు; ఎలా కదలాలో సరిగ్గా తెలిసి తనకంటూ ఒక
సామ్రాజ్యాన్ని నిర్మించుకున్న మనిషి.

అతను ఎవరో నాకు అప్పటికే తెలుసు, ఎందుకంటే అమ్మ Gillette
అతన్ని మేము స్వయంగా సందర్శించకూడని కీ అకౌంట్ల జాబితాలో
పెట్టింది — ఇప్పుడు నేను ఇక్కడ, వేరొకరి సూటులో లోపలికి
నడుస్తున్నాను, “కీ అకౌంట్” అంటే అసలు అర్థం ఏమిటో,
అతనిలాంటి మనుషులతో వ్యవహరించడానికి ఎలాంటి శాస్త్రం
కావాలో తెలుసుకోబోతున్నాను.

లోపలికి అడుగుపెట్టగానే, మేనేజర్ మమ్మల్ని పలకరించాడు: డాక్టర్
Priolo, ఈ రోజు మీరు ఇక్కడ ఉండటం మా అదృష్టం, శ్రీ Limoni
ఇప్పుడే Bologna ఆఫీసు నుంచి వచ్చారు, మిమ్మల్ని
పలకరించాలనుకుంటున్నారు.

ఆయన తన ఆఫీసులోంచి బయటకు వచ్చి, నేరుగా Giorgio దగ్గరికి
నడిచి, ఆప్యాయంగా కొగిలించుకున్నారు. వాళ్లిద్దరూ ఒకరినొకరు
పేరుతో పిలుచుకునేంత చనువుగా ఉన్నారు.

కంపెనీ తన అత్యుత్తమ వినియోగదారులకు ఆచారంగా,
సంవత్సరానికి నాలుగుసార్లు ఇచ్చే యాత్రల్లో ఒకదానిలో అతను
ఆయనను కలిశాడు — ఆ యాత్రల్లో ఎప్పుడూ, వంతుల వారీగా,
సేల్స్ మేనేజర్లలో ఒకరు తోడుగా ఉండేవారు.

అది వినియోగదారుతో మూడు రకాల బంధాన్ని నిర్మించేది — రసం కోసం పిండుకునే నిమ్మకాయ మాత్రమే కాదు, మీరు తప్పకుండా వెళ్ళి కనిపించాల్సిన ఒక దుకాణం, వ్యాపార సంబంధాన్ని గట్టిగా ఉంచి విశ్వసనీయతను ఎప్పుడూ పెంచే వినియోగదారుతో ఒక వ్యక్తిగత అనుబంధం.

తర్వాత మేము Corolle కొంటర్ దగ్గరికి నడిచాం — ప్రతి స్త్రీ తనకంటూ కోరుకునే గది లోపల నిలబడినట్లు అనిపించింది.

సరిగ్గా అప్పుడే ఒక హుందాగా ఉన్న స్త్రీ లోపలికి వచ్చి అన్నారు: Patrizia, మా ఆయన వాడే బ్లేడ్లు ఇవ్వు — నేను కొనకపోతే, ఆయన ఎప్పటికీ కొనరు, నా BICLADY రేజర్లే వాడుతూ ఉంటారు, తన MACH3 రీఫిల్స్ కొనడం ఎప్పుడూ గుర్తుండదు.

నేను చోటు మారాను, కానీ వినియోగదారు వాస్తవం అచ్చం అలాగే ఉంది: స్త్రీలు తమ భర్తల కోసం బ్లేడ్లు కొంటారు, నిజానికి ఆ విభాగాన్ని బతికిస్తున్నది అదే — లేకపోతే పోటీదారులకు కూడా అమ్మకాలు ఉండేవి కావు.

ఆర్డర్ సమయం వచ్చినప్పుడు, అతనికి ప్రతి రంగు కోడ్ నంబర్లతో సహా కంఠతా వచ్చు — అది అద్భుతంగా ఉంది — చివర్లో కొన్ని కొత్త రంగులు చేర్చమని అడిగాడు, ఏ అభ్యంతరమూ లేకుండా, మీ శ్రద్ధకు కృతజ్ఞతలు అని మాత్రమే.

మేము దుకాణం నుంచి బయటకు వచ్చాం, నాకు మత్తెక్కినట్లు అనిపించింది — ఉన్నాయని ఎవరూ ఎప్పుడూ నాకు చెప్పని విషయాలు చూశాను. Gillette లో మేము అతిపెద్దవాళ్ళమని, అత్యంత బలవంతులమని అనుకునేవాళ్ళం, "THE BEST A MAN CAN GET" అనే నినాదంతో ప్రచారం చేసేవాళ్ళం, ఈ రోజు వరకు ఎవరికీ ఒక విషయం అర్థం కాలేదు: GILLETTE పురుషుడికి స్త్రీలలో అత్యుత్తమమైనది మాత్రమే.

Ferdinando