



MOMEN-MOMEN L'ORÉAL YANG TAK TERLUPAKAN

Di jalan yang menghubungkan Messina dengan Catania, dia memutuskan aku yang menyetir, dan memberiku pelajaran pertama tentang satu hal yang perlu kuketahui di atas segalanya: cara membawa diri di depan pelanggan.

Aku berdandan seperti pesolek, memakai parfum Prancis untuk perempuan, dan sejujurnya aku berharap dia tidak akan menurunkanku di salah satu jalan lingkar untuk menjual diri — “GIGOLO GILLETTE DI SISILIA” yang pertama dalam sejarah, tanpa bisa menceritakannya kepada seorang pun. Itu pasti jadi pengalaman yang sungguh tiada duanya, tapi itu cuma kecemasan ironis kecil murahan yang melintas di kepalaku, yang kupilih untuk kusimpan sendiri.

Giorgio bilang dia akan memperkenalkanku sebagai Tuan Frega, yang mendampinginya atas nama perusahaan, dan bahwa dia akan meminta pelanggan melontarkan pertanyaan apa saja kepadaku, mengamati baik-baik, sebab suatu hari aku akan terkenal — bukan karena alasan yang keliru, hanya karena kemampuanku, dia yakin itu. Dengan begitu dia akan membuat pelanggan merasa penting, layak dikunjungi, dan kami akan lihat reaksi macam apa yang kami dapat. Jawab saja sesukamu, katanya.

Dia tidak bodoh — dia sudah membuat ujian dari pelanggan itu mudah ditelan, tapi dia sendiri penasaran seperti tukang gosip kampung dan ingin melihat sendiri apa yang akan kulakukan, apa yang akan terjadi. Dan sebenarnya, kami berdua sama-sama tidak tahu.

Pelanggan pertama dalam daftar: platform distribusi RINASCENTE di Catania. Aku beruntung, selama lima hari pelatihan Gillette-ku, sempat mengunjungi gudang-gudang mereka tanpa janji, dan aku memahami satu hal: hanya kekuatan nama Gillette yang membuat kami diterima tanpa pemberitahuan — di antara angkuh dan tak tergantikan.

Sekretaris datang menyambut kami dan mengantarkan kami ke ruang tunggu, dan tak lama kemudian petugas pembeliannya keluar menemui kami — seorang perempuan jangkung, anggun, cantik, rapi dan wangi, yang langsung menyapa kami berdua dan bertanya apakah kami mau kopi.

Giorgio berterima kasih dan mengiyakan, aku menolak, dan dia sudah bersiap menjawab pertanyaan petugas pembelian itu tentang siapa aku dan apa perananku.

Sebelum dia sempat mengucapkan sepatah kata, aku mendahuluinya: saya murid di bidang penjualan, kataku, tapi tolong jangan kira saya si murid penyihir.

Perempuan itu tertawa terbahak-bahak dan berkata: betapa menyenangkan jadinya hari ini — tadi saya datang agak murung, dan sekarang semuanya berubah.

Giorgio membawa kacamata bacanya, pulpen yang tampak penting, yang selalu disimpannya di saku jas, dan agenda kulit ukuran A5 beritsleting, tempat dia menyimpan formulir pesanannya.

Tanpa tas, tanpa komputer, dan ponselnya benar-benar dimatikan.

Mereka mulai menyusun pesanan konsumen — begitu mereka menyebutnya — dan aku terus mendengar mereka membicarakan slot “PICKING”, sambil mencoba menebak apa sebenarnya artinya.

Tak ada penjualan yang sesungguhnya hari itu — di ritel modern, semuanya berjalan menurut daftar harga tahunan yang tetap, dengan promosi lokal yang ditangani lewat selebaran yang dikelola secara terpusat, dari kantor pusat.

Seluruh pertemuan berlangsung dua puluh menit, dan sebelum kami pergi perempuan itu bertanya: Tuan Priolo, Anda tidak mengajak saya makan siang hari ini, supaya kita bisa mengenal sedikit lebih baik murid penyihir Anda — yang tak mengucapkan sepatah kata pun lagi?

Tentu, katanya — kita bertemu di Ognina, di restoran Selen, pukul 13.30, dan suatu kehormatan besar bagi saya menjamu Anda atas nama perusahaan saya.

Sementara itu kami turun ke lantai toko, ke bagian parfum, untuk menemui perempuan yang bertanggung jawab atas pesanan kosmetik COROLLE, dan ketika Giorgio membuka buku pesanannya aku tercengang melihat dua belas halaman daftar — lebih dari 1.500 SKU.

Ketika mereka meluncurkan slogan “BECAUSE I’M WORTH IT”, itu bukan sekadar kalimat yang berani — di dalamnya ada seluruh filosofi yang sampai hari ini membuatnya tak lekang oleh waktu: perempuan.

Ferdinando