



CÁC QUẢN LÝ P&G KHÔNG BAO GIỜ THÁCH THỨC NHAU

THE P&G SAGA · 09

Sau lần thử thách ở Catania ấy, chúng tôi trở thành bạn tốt của nhau. Tôi thậm chí còn để anh ấy đỡ đầu lễ rửa tội cho một đứa con trai tôi — Vincenzo, đứa mang tên cha tôi — và mối quan hệ giữa chúng tôi vẫn tốt đẹp, lành mạnh, thật lòng.

Nhưng anh ấy vẫn là người của P&G từ đầu đến chân, và mỗi lần đi gặp khách hàng, anh lại ra oai như thể vẫn đang chỉ huy tiền tuyến. Có lần người ta suýt tông anh ra khỏi văn phòng của một trung tâm phân phối, vì anh lớn tiếng đến mức quát tháo, và chỉ nhờ tôi can thiệp mọi chuyện mới được kiểm soát trở lại.

Anh ấy không bỏ lỡ cơ hội nào để chỉ trích tôi, nhưng tôi hiểu ngay lý do: anh đang kéo chiếc cần gạt cảm xúc — đúng kiểu khiêu khích sáng tạo — để xem tôi phản ứng ra sao. Nhưng tôi là con của cha tôi, và sự hiện diện của ông luôn ở bên tôi, dõi theo.

Giữa chúng tôi chưa bao giờ có sự ganh đua thật sự — ai giỏi hơn, ai có năng lực hơn — có chăng là vì cả hai chúng tôi cùng làm việc hướng tới một mục tiêu cuối cùng, chứ không phải cho hai công ty khác nhau.

Một hôm anh ấy nảy ra một ý tưởng xuất sắc: đến tu viện dòng Chartreux ở Serra San Bruno, tỉnh Vibo Valentia, bán dao cạo cho các tu sĩ râu dài. Đó là cách anh cho thấy mình là ai.

Tôi lái xe đưa anh tới đó nhưng ở lại bên ngoài cổng tu viện. Hai tiếng sau anh bước ra với một đơn hàng lưỡi dao và dao cạo trị giá 300 euro. Tên công ty: Giáo hội Công giáo La Mã. Quốc gia nước ngoài: Thành Vatican. Địa chỉ giao hàng khác: Tu viện các tu sĩ dòng Capuchin.

Anh ấy phấn khởi, mãn nguyện sâu sắc, và phải gọi điện về Milan để nhập đơn hàng bằng tay, vì hệ thống của chúng tôi không có cách nào xử lý một đơn bán hàng cho một quốc gia nước ngoài. Hơn hết thầy, anh đã làm cả công ty sững sờ.

Nhưng anh ấy chưa bao giờ khoe khoang — điều đó không nằm trong tác phong nghề nghiệp của anh. Anh đã làm được điều không thể, và chuyện ấy gây tiếng vang: trụ sở ở Milan thông báo cho toàn bộ lực lượng bán hàng tại Ý. Tôi không nói gì. Tôi ghi nhận sự việc và im lặng.

Tám ngày sau, bộ phận hậu cần phát thông báo trả hàng về kho: tu viện đã từ chối đơn hàng, và anh ấy giận điên lên.

Khi quay lại tìm hiểu lý do, anh được cho biết rằng thầy thư ký, thời trẻ, từng là nhân viên bán hàng cho một công ty Ý — lúc nào cũng tin vào chuyện “mua 100 bán 300”. Anh nói mình đã áp mức lời 3%, và chừng ấy đã nói lên tất cả: anh không phải người thích hợp cho công việc này. Họ xin lỗi.

Không ai nhắc lại chuyện đó nữa, không một lời bình luận chính thức. Điều còn vương lại trong các hành lang văn phòng là một câu duy nhất: câu đùa về biên lợi nhuận 3%.

Ferdinando