



從 L' ORÉAL 回到義大利

L' ORÉAL THROUGH GILLETTE · 10

很多事、很多時刻從來沒有被寫下來，因為它們只活在一個已經不在的人的記憶裡：Giorgio。

可是回到家後，我們兩人都沉默了，誰也沒有馬上評論這次測試，或者它的結果如何。

直到兩週後，我才收到L' ORÉAL當時的銷售總監發來的一封電郵，上面只有一行字：FREGA先生，謝謝。

我學到，公司透過產品、透過消費者真實的和被製造出來的需求，給你市場的知識——而同樣的商業操縱，至今仍在悄悄地左右著購買的決定。

我喜歡回想英國演員Benny Hill的一段影片：他演一個服務生，給一位顧客倒葡萄酒，顧客不停抱怨，說酒不好，要求換一瓶。

Benny把標籤換了五次，酒始終是同一種——直到最後，顧客才終於說酒很好。

銷售也是一樣——只是方式的問題，以及你用的是哪一種標籤。真正讓一個人與眾不同的，不是在許多品牌上的經驗，而是在許多不同公司裡的經驗。

母親對兒子只犯一個錯：她們從不教我們如何保護自己，因為她們自然而然地替我們做了——但她們知道，這份經驗我們得獨自去掙，而正是這一點會讓我們每個人變得不同。

我回到家，知道自己已經不是原來的那個人了，我妻子也看出來了，她問我Rita是誰——我夜裡睡夢中叫了她的名字。我回答：只是一個在找神父的女人。

Ferdinando