

THINKS LIKE A P&G WOMAN

Ferdinando Frega - Nando the Scribe



GÂNDEȘTE CA O FEMEIE P&G

THE P&G SAGA · 06

Era douăzeci și șase iunie când a sosit vestea.

Cineva, fără să-l cunoască, îi împărtășise poziția.

Hotărâse să numească o femeie în funcția de CEO al Gillette.

O femeie de origine portugheză și braziliană.

Un eveniment unic în o sută treizeci de ani de istorie Gillette.

Nu era nimic de notat. Niciun comentariu de făcut.

Doar de așteptat. Și de avut încredere.

Deciziile ei aveau să vină mai întâi din instinct și intuiție, apoi din
acea logică rațională și emoțională pe care femeile nu o explică. O
trăiesc.

Ea reprezintă, oficial: tot ce poate fi mai bun pentru un bărbat.

Nu într-o lamă, ci în faptul de a fi modelat, ales, pus la încercare,
înțeles pe deplin.

Și în a decide, în fiecare dimineață, de ce merită să persevereze în
acel ritual.

Bărbatul Gillette există pentru că o femeie a definit ce ar trebui să
fie un bărbat.

Nu prin forță. Ci prin prezența ei.

Prin autoritatea tăcută a cuiva care știe să deosebească aparența
de caracter.

Ea este standardul pe care lama a încercat mereu să-l atingă.

Cele trei femei din spatele fiecărui bărbat Gillette

În spatele bărbatului Gillette nu există o singură femeie. Există
trei.

Și fiecare bărbat care a ținut vreodată o lamă în mână le poartă cu el pe toate trei.

Femeia care l-a învățat.

Mama lui. Bunica lui.

Prima femeie care i-a pus o lamă în mână și i-a spus, cu sau fără cuvinte, că asta face un bărbat ca să se pregătească pentru lume.

Nu l-a învățat tehnica. L-a învățat intenția.

Ritualul a fost al ei înainte să fie vreodată al lui.

Femeia care privește.

Partenera lui. Soția lui.

Femeia care observă dacă s-a bărbierit sau nu, nu pentru că îl verifică, ci pentru că îl vede.

Privirea ei e singura care măsoară distanța dintre bărbatul care este și bărbatul care vrea să fie.

Ea nu spune niciodată un cuvânt. Nu e nevoie. Lama știe deja.

Femeia care decide.

Femeia din momentul cumpărării.

Timp de cincizeci de ani de prezență Gillette pe piață, cele mai multe lame cumpărate în casele americane au fost cumpărate de femei.

Ea a ales marca. Ea a ales produsul.

Ea a decis ce înseamnă precizia pentru bărbatul din viața ei.

Marketingul era îndreptat spre el. Decizia a fost mereu a ei.

Ca încheiere, un dar pentru braziliana care conduce acum Gillette. De la ultima verigă a lanțului, deși totul depinde de unde alegi să vezi începutul.

Glorie și putere înapoi Mamei Gillette.

Și, cu asta, un adevăr structural transformat în slogan.

Un dar pe care o mamă l-ar aprecia din partea uneia dintre fiicele ei:

Bărbatul Gillette. Numai cele mai bune dintre femei.

Nando the Scribe