

THINKS LIKE A P&G WOMAN

Ferdinando Frega - Nando the Scribe



NGHĨ NHƯ MỘT NGƯỜI PHỤ NỮ P&G

THE P&G SAGA · 06

Đó là ngày hai mươi sáu tháng Sáu khi tin tức đến.

Có ai đó, dù không quen biết anh, đã chia sẻ quan điểm của anh.

Đã quyết định bổ nhiệm một người phụ nữ làm CEO của Gillette.

Một người phụ nữ gốc Bồ Đào Nha – Brazil.

Một sự kiện có một không hai trong một trăm ba mươi năm lịch sử của Gillette.

Không có gì để ghi chú. Không có lời bình nào để nói.

Chỉ có chờ đợi. Và tin tưởng.

Các quyết định của bà sẽ đến trước hết từ bản năng và trực giác, rồi sau đó từ thứ logic lý trí và cảm xúc mà phụ nữ không giải thích. Họ sống nó.

Bà đại diện, một cách chính thức, cho: điều tốt nhất mà một người đàn ông có thể có.

Không phải bên trong một lưỡi dao, mà ở việc được nhào nặn, được chọn lựa, được thử thách, được thấu hiểu trọn vẹn.

Và ở việc quyết định, mỗi buổi sáng, vì sao kiên trì với nghi thức ấy lại quan trọng.

Người đàn ông Gillette tồn tại vì một người phụ nữ đã định nghĩa một người đàn ông phải là thế nào.

Không phải bằng sức mạnh. Mà bằng sự hiện diện của nàng.

Bằng uy quyền lặng lẽ của người biết phân biệt giữa vẻ bề ngoài và bản lĩnh.

Nàng là chuẩn mực mà lưỡi dao luôn cố gắng đạt tới.

Ba người phụ nữ đứng sau mỗi người đàn ông Gillette

Đằng sau người đàn ông Gillette, không phải chỉ có một người phụ nữ.

Mà có ba.

Và mọi người đàn ông từng cầm một lưỡi dao đều mang cả ba người theo mình.

Người phụ nữ đã dạy anh.

Mẹ anh. Bà anh.

Người phụ nữ đầu tiên đặt lưỡi dao vào tay anh và nói, bằng lời hay không cần lời, rằng đây là điều một người đàn ông làm để chuẩn bị bước ra thế giới.

Bà không dạy anh kỹ thuật. Bà dạy anh ý định.

Nghi thức ấy là của bà trước khi nó trở thành của anh.

Người phụ nữ dõi theo.

Người bạn đời của anh. Vợ anh.

Người phụ nữ nhận ra anh đã cạo râu hay chưa, không phải vì cô kiểm tra, mà vì cô nhìn thấy anh.

Ánh mắt của cô là ánh mắt duy nhất đo được khoảng cách giữa người đàn ông anh đang là và người đàn ông anh muốn trở thành.

Cô không bao giờ nói một lời. Không cần thiết. Lưỡi dao đã biết rồi.

Người phụ nữ quyết định.

Người phụ nữ ở khoảnh khắc mua hàng.

Suốt năm mươi năm Gillette có mặt trên thị trường, phần lớn lưỡi dao được mua cho các gia đình Mỹ là do phụ nữ mua.

Cô chọn thương hiệu. Cô chọn sản phẩm.

Cô quyết định sự chính xác có nghĩa là gì đối với người đàn ông trong đời mình.

Tiếp thị nhắm vào anh. Quyết định thì luôn là của cô.

Đề khép lại, một món quà dành cho người phụ nữ Brazil giờ đây đang lãnh đạo Gillette.

Từ mắt xích cuối cùng của chuỗi, dù tất cả còn tùy vào nơi ta chọn để nhìn thấy điểm khởi đầu.

Vinh quang và sức mạnh trở về với Mẹ Gillette.

Và cùng với điều này, một sự thật mang tính cấu trúc trở thành một khẩu hiệu.

Một món quà mà người mẹ sẽ trân trọng khi nhận từ một trong những người con gái của mình:

Người đàn ông Gillette. Chỉ những gì tốt nhất của phụ nữ.

Nando, người ghi chép