



ONVERGEETLIKE L'ORÉAL- OOMBLIKKE

L'ORÉAL THROUGH GILLETTE · 06

Op die pad tussen Messina en Catania het hy besluit dat ek moet bestuur, en my my eerste les gegee oor die een ding wat ek bo alles moes weet: hoe om myself aan 'n kliënt voor te stel.

Ek was soos 'n dandy aangetrek en het 'n Franse vrouensparfuum gedra, en ek het eerlik gehoop hy gaan my nie op die een of ander ringpad aflaai om myself te verkoop nie – die eerste “GILLETTE-GIGOLO IN SISILIË” ooit, sonder om 'n siel daarvan te kan vertel. Dit sou 'n werklik unieke ervaring gewees het, maar dit was net 'n goedkoop ironiese bekommernis wat deur my kop gegaan het, een wat ek verkies het om vir myself te hou.

Giorgio het gesê hy sal my voorstel as mnr. Frega, wat hom vir die maatskappy skadu, en dat hy die kliënt sal vra om enige vraag op my af te vuur wat hulle wil, om my fyn dop te hou, want eendag sal ek beroemd wees – nie om die verkeerde redes nie, net vir my vermoë, daarvan was hy seker. So sou hy die kliënt laat voel dat hy belangrik is, die moeite werd om te besoek, en ons sou sien watter soort reaksie ons kry. Antwoord net soos jy wil, het hy gesê.

Hy was nie dom nie – hy het die toets by die kliënt maklik laat afgaan, maar hy was so nuuskierig soos 'n kleindorpse skinderbek en wou self sien wat ek sou doen, wat sou gebeur. En die waarheid is dat nie een van ons dit regtig geweet het nie.

Eerste kliënt op die lys: die verspreidingsplatform van RINASCENTE in Catania. Ek was gelukkig genoeg om tydens my vyf dae van Gillette-opleiding hulle pakhuise sonder 'n afspraak te

besoek, en ek het iets verstaan: dit was net die krag van die naam Gillette wat ons sonder kennisgewing laat ontvang het – iewers tussen arrogant en onmisbaar.

Die sekretaresse het ons kom groet en ons na die wagkamer geneem, en kort daarna het die koper ons kom ontmoet – ’n lang vrou, elegant, mooi, goed versorg en geparfumeer, wat ons albei dadelik gegroet en gevra het of ons koffie wil hê.

Giorgio het haar bedank en ja gesê, ek het nee gesê, en hy het hom al gereed gemaak om die koper se vraag te beantwoord oor wie ek is en wat my rol is.

Voordat hy ’n woord kon uitkry, het ek hom voorgespring: ek is ’n verkoopsleerling, het ek gesê, maar moet my asseblief nie vir die towenaar se leerling aansien nie.

Sy het uitgebars van die lag en gesê: wat ’n heerlike dag word dit nie – ek het ’n bietjie neerslagtig ingekom, en nou is alles anders.

Giorgio het sy leesbril by hom gehad, ’n belangrik lykende pen wat hy altyd in sy baadjiesak gehou het, en ’n A5-leerorganiseerder met ’n ritssluiters, waarin hy sy bestelvorms gehou het.

Geen tas nie, geen rekenaar nie, en sy foon streng afgeskakel.

Hulle het begin om die verbruikersbestelling saam te stel – so het hulle dit genoem – en ek het hulle aanhoudend oor ’n “PICKING”-gleuf hoor praat en probeer uitwerk wat dit eintlik beteken.

Daar was daardie dag geen werklike verkoop nie – in die grootskaalse kleinhandel het alles op ’n vaste jaarlikse pryslys geloop, met plaaslike promosies deur pamflette wat sentraal, vanaf die hoofkantoor, bestuur is.

Die hele vergadering het twintig minute geduur, en voordat ons vertrek het, het die vrou gevra: mnr. Priolo, gaan u my nie vandag vir middagete nooi nie, sodat ons u towenaar se leerling 'n bietjie beter kan leer ken – die een wat nie weer 'n woord gesê het nie?

Natuurlik, het hy gesê – kom ons ontmoet by Ognina, by die restaurant Selen, 13:30, en dit sal vir my 'n groot plesier wees om u namens my maatskappy te onthaal.

Intussen het ons afgegaan na die winkelvloer, na die parfumerie-afdeling, om die vrou te ontmoet wat in beheer was van die bestelling van COROLLE-skoonheidsmiddels, en toe hy sy bestelboek oopmaak, was ek verstom om twaalf bladsye lyste te sien – meer as 1 500 produkkodes.

Toe hulle die slagspreuk “BECAUSE I’M WORTH IT” bekendgestel het, was dit nie net 'n gewaagde reël nie – daar is 'n hele filosofie daarin wat dit vandag nog tydloos maak: die vrou.

Ferdinando