



NEZABORAVNI TRENUCI S L'ORÉALOM

L'ORÉAL THROUGH GILLETTE · 06

Na cesti koja povezuje Messinu i Cataniju odlučio je da vozim ja i dao mi prvu lekciju o jedinoj stvari koju sam morao znati prije svega: kako se predstaviti kupcu.

Bio sam odjeven kao kicoš, s francuskim ženskim parfemom, i iskreno sam se nadao da me neće ostaviti na nekoj obilaznici da se prodajem – prvi „GILLETTEOV ŽIGOLO NA SICILJI” u povijesti, a da to ne mogu nikome ispričati. Bilo bi to doista jedinstveno iskustvo, ali bila je to samo jeftina ironična brigica koja mi je prolazila glavom i koju sam odlučio zadržati za sebe.

Giorgio je rekao da će me predstaviti kao gospodina Fregu, koji ga za tvrtku prati na terenu, i da će zamoliti kupca da mi postavi koje god pitanje želi, da me pažljivo promatra, jer ću jednog dana biti slavan – ne iz pogrešnih razloga, nego samo zbog svojih sposobnosti, u to je bio siguran. Tako bi se kupac osjećao važnim, vrijednim posjeta, a mi bismo vidjeli kakvu ćemo reakciju dobiti. Odgovaraj kako god želiš, rekao je.

Nije bio glup – test s kupcem učinio je lakim za progutati, ali bio je znatiželjan kao seoska tračerica i htio je sam vidjeti što ću učiniti, što će se dogoditi. A istina je da nijedan od nas to zapravo nije znao.

Prvi kupac na popisu: distribucijska platforma RINASCENTE u Cataniji. Imao sam sreću da sam tijekom svojih pet dana Gilletteove obuke posjetio njihova skladišta bez najave i shvatio sam nešto: samo nas je snaga Gilletteova imena dovela do toga da

nas prime bez najave – negdje između arogancije i nezamjenjivosti.

Tajnica nas je dočekala i uvela u čekaonicu, a ubrzo je izašla i nabavljajući – visoka žena, elegantna, lijepa, dotjerana i namirisana, koja nas je odmah obojicu pozdravila i pitala želimo li kavu.

Giorgio joj je zahvalio i rekao da želi, ja sam rekao da ne želim, a on se već spremio odgovoriti na pitanje nabavljajuće o tome tko sam i koja je moja uloga.

Prije nego što je uspio izustiti riječ, preduhitrio sam ga: ja sam prodavački šegrt, rekao sam, ali molim vas, nemojte me zamijeniti s čarobnjakovim šegrtom.

Prasnula je u smijeh i rekla: kakav lijep dan postaje – došla sam malo potištena, a sad se sve promijenilo.

Giorgio je sa sobom imao naočale za čitanje, važno nalivpero koje je uvijek držao u džepu sakoa i kožni rokovnik formata A5 s patentnim zatvaračem, u kojem je držao obrasce za narudžbe.

Bez torbe, bez računala, a mobitel strogo isključen.

Počeli su sastavljati narudžbu za potrošače – tako su je zvali – a ja sam ih stalno slušao kako govore o nekom terminu za „PICKING” i pokušavao shvatiti što to zapravo znači.

Tog dana nije bilo prave prodaje – u velikim trgovačkim lancima sve je išlo po fiksnom godišnjem cjeniku, s lokalnim akcijama preko letaka kojima se upravljalo centralno, iz sjedišta.

Cijeli je sastanak trajao dvadeset minuta, a prije nego što smo otišli, žena je pitala: gospodine Priolo, zar me danas nećete pozvati

na ručak, da malo bolje upoznamo vašeg čarobnjakova šegrta – onoga koji više nije rekao ni riječi?

Naravno, rekao je – nađimo se u Ognini, u restoranu Selen, u 13.30, i bit će mi veliko zadovoljstvo ugostiti vas u ime svoje tvrtke.

U međuvremenu smo sišli na prodajni prostor, na odjel parfumerije, da upoznamo ženu zaduženu za narudžbu kozmetike COROLLE, a kad je otvorio svoju knjigu narudžbi, iznenadio sam se kad sam vidio dvanaest stranica popisa – više od 1500 artikala.

Kad su lansirali slogan „BECAUSE I’M WORTH IT”, to nije bila samo odvažna rečenica – u njoj je cijela filozofija koja je i danas čini bezvremenskom: žena.

Ferdinando