

FELEJTHETETLEN L'ORÉAL-PILLANATOK

L'ORÉAL THROUGH GILLETTE · 06

A Messinát Cataniával összekötő úton úgy döntött, hogy én vezessek, és megtartotta az első leckémet arról az egy dologról, amelyet mindenekelőtt tudnom kellett: hogyan mutatkozzam be egy ügyfélnek.

Úgy voltam öltözve, mint egy dandy, női francia parfümmel, és őszintén reméltem, hogy nem akar kitenni valamelyik körgyűrűn, hogy eladjam magam – az első „GILLETTE GIGOLO IN SICILY", akinek senkinek sem szabad beszélnie róla. Igazán egyedülálló élmény lett volna, de csak egy olcsó kis ironikus aggodalom volt, ami átfutott a fejemen, és úgy döntöttem, megtartom magamnak.

Giorgio azt mondta, Frega úrként mutat be, aki a cég megbízásából kíséri őt, és megkéri az ügyfelet, hogy kérdezzen tőlem bármit, amit csak akar, és figyeljen jól, mert egy nap híres leszek – nem rossz okokból, csak a képességeim miatt, ebben biztos volt. Így az ügyfél fontosnak érzi majd magát, olyannak, akit érdemes meglátogatni, és meglátjuk, milyen reakciót kapunk. Válaszolj, ahogy akarsz – mondta.

Nem volt buta – könnyen lenyelhetővé tette az ügyfélpróbát, de olyan kíváncsi volt, mint egy kisvárosi pletykafészek, és saját szemével akarta látni, mit csinálok, mi fog történni. És az igazság az, hogy egyikünk sem tudta igazán.

Az első ügyfél a listán: a RINASCENTE elosztóközpontja Cataniában. Volt szerencsém az ötnapos Gillette-képzésem alatt bejelentés nélkül meglátogatni a raktáraikat, és megértettem

valamit: csak a Gillette név ereje miatt fogadtak minket előzetes értesítés nélkül – valahol az arrogancia és a nélkülözhetetlenség között.

A titkárnő eljött üdvözölni minket, bekísért a váróba, és nem sokkal később kijött elénk a beszerző – egy magas, elegáns, gyönyörű, ápolt és illatos nő, aki rögtön mindkettőnket üdvözölt, és megkérdezte, kérünk-e kávét.

Giorgio megköszönte, és igent mondott, én nemet, ő pedig már készült, hogy válaszoljon a beszerző kérdésére, ki vagyok és mi a szerepem.

Mielőtt egy szót is kinyöghetett volna, megelőztem: üzletkötőinas vagyok – mondtam –, de kérem, ne tévesszen össze a bűvészinassal.

Kitört belőle a nevetés, és azt mondta: milyen szép nap lesz ez – kicsit levertem jöttem be, és most minden megváltozott.

Giorgiónál ott volt az olvasószemüvege, egy tekintélyes töltőtoll, amelyet mindig a zakója zsebében tartott, és egy cipzáras A5-ös bőr határidőnapló, amelyben a rendelőlapjait tartotta.

Se táska, se számítógép, a telefonja pedig szigorúan kikapcsolva.

Elkezdték összeállítani a fogyasztói rendelést – így hívták –, én pedig folyton azt hallottam, hogy egy „PICKING” helyről beszélnek, és próbáltam rájönni, mit jelent ez valójában.

Aznap nem volt tényleges eladás – a nagy kereskedelmi láncokban minden rögzített éves árlista szerint működött, a helyi akciókat pedig szórólapokkal intézték, amelyeket központilag, a székházból irányítottak.

Az egész megbeszélés húsz percig tartott, és mielőtt elmentünk, a nő megkérdezte: Priolo úr, nem hív meg ma ebédre, hogy egy kicsit jobban megismerhessük a bűvészinasát – aki azóta egy szót sem szólt?

Természetesen – mondta –, találkozzunk Ogninában, a Selen étteremben, fél kettőkor, és nagy örömömre szolgálna, ha a cégem nevében vendégül láthatnám.

Közben lementünk az eladótérre, az illatszerosztályra, hogy találkozzunk a COROLLE kozmetikumok rendeléséért felelős hölggyel, és amikor kinyitotta a rendelőkönyvét, megdöbbenve láttam tizenkét oldalnyi listát – több mint 1500 cikkszámot.

Amikor elindították a „BECAUSE I'M WORTH IT" szlogent, az nem csupán egy merész mondat volt – egy egész filozófia van benne, amely ma is időtlenné teszi: a nő.

Ferdinando