



# DI-MALILIMUTANG SANDALI SA L'ORÉAL

*L'ORÉAL THROUGH GILLETTE · 06*

---

Sa daang nag-uugnay sa Messina at Catania, nagpasya siyang ako ang magmaneho, at ibinigay niya sa akin ang unang aral tungkol sa nag-iisang bagay na kailangan kong malaman higit sa lahat: kung paano iharap ang aking sarili sa isang kliyente.

Nakadamit ako na parang dandy, may suot na pabangong Pranses ng babae, at tapat kong inaasahan na hindi niya ako ibababa sa isang ring road para ibenta ang sarili ko — ang kauna-unahang “GILLETTE GIGOLO SA SICILY,” na walang mapagsasabihang kaluluwa. Isa sana iyong talagang natatanging karanasan, ngunit isa lamang iyong mumurahing maliit na mapang-uyam na pag-aalalang dumaraan sa aking isip, na pinili kong itago sa sarili.

Sinabi ni Giorgio na ipapakilala niya ako bilang si G. Frega, na sumusunod sa kanya para sa kompanya, at na hihilingin niya sa kliyente na ibato sa akin ang anumang tanong na gusto nila, na bantayan akong mabuti, dahil balang araw ay magiging tanyag ako — hindi sa maling dahilan, kundi dahil lang sa aking kakayahan, sigurado siya roon. Sa ganoong paraan, mapaparamdam niya sa kliyente na mahalaga siya, karapat-dapat dalawin, at makikita namin kung anong reaksiyon ang makukuha namin. Sumagot ka kung paano mo gusto, sabi niya.

Hindi siya hangal — pinadali niya ang pagsubok sa kliyente, ngunit kasing-usisero siya ng isang tsismosa sa maliit na bayan at gusto niyang makita mismo kung ano ang gagawin ko, kung ano

ang mangyayari. At ang totoo, wala ni isa sa amin ang talagang nakaaalam.

Unang kliyente sa listahan: ang distribution platform ng RINASCENTE sa Catania. Naging maswerte ako, sa limang araw kong training sa Gillette, na madalaw ang kanilang mga bodega nang walang appointment, at may naunawaan ako: tanging lakas ng pangalang Gillette ang nagpapahintulot na tanggapin kami nang walang pasabi — nasa pagitan ng pagiging mayabang at pagiging di-maaaring mawala.

Lumabas ang sekretarya para batiin kami at dinala kami sa silid-hintayan, at di nagtagal ay lumabas ang buyer para salubungin kami — isang matangkad na babae, elegante, maganda, maayos ang ayos at mabango, na agad na bumati sa aming dalawa at nagtanong kung gusto namin ng kape.

Nagpasalamat si Giorgio at sumagot ng oo, sumagot ako ng hindi, at naghahanda na siyang sagutin ang tanong ng buyer kung sino ako at ano ang papel ko.

Bago pa siya makapagsalita, inunahan ko na siya: isa akong aprendis sa pagbebenta, sabi ko, pero pakiusap, huwag mo akong ipagkamali sa aprendis ng salamangkero.

Napahalakhak siya at sinabi: napakagandang araw nito — pumasok akong medyo malungkot, at ngayon ay nagbago ang lahat.

May dala si Giorgio na salamin sa pagbabasa, isang mukhang mahalagang pluma na lagi niyang itinatago sa bulsa ng dyaket, at isang A5 na katad na organizer na may zipper, kung saan niya itinatago ang kanyang mga order form.

Walang bag, walang computer, at mahigpit na nakapatay ang kanyang telepono.

Sinimulan nilang buuin ang consumer order — iyon ang tawag nila rito — at paulit-ulit kong naririnig na pinag-uusapan nila ang isang “PICKING” slot, habang sinusubukan kong unawain kung ano talaga ang ibig sabihin nito.

Walang tunay na pagbebenta nang araw na iyon — sa malakihang retail, lahat ay umaandar sa isang nakapirming taunang listahan ng presyo, na may mga lokal na promosyon sa pamamagitan ng mga flyer na pinamamahalaan mula sa sentro, mula sa punong-tanggapan.

Dalawampung minuto lang ang buong pulong, at bago kami umalis ay nagtanong ang babae: G. Priolo, hindi mo ba ako iimbitahang mananghalian ngayon, para makilala ko nang kaunti ang iyong aprendis ng salamangkero — iyong hindi na nagsalita pa?

Siyempre, sabi niya — magkita tayo sa Ognina, sa restawrang Selen, 1:30 ng hapon, at malaking karangalan para sa akin na i-host ka sa ngalan ng aking kompanya.

Samantala, bumaba kami sa palapag ng tindahan, sa departamento ng perfumery, para makipagkita sa babaeng namamahala sa order ng kosmetikong COROLLE, at nang buksan niya ang kanyang order book, nagulat akong makita ang labindalawang pahina ng mga listahan — mahigit 1,500 SKU.

Nang ilunsad nila ang slogan na “BECAUSE I’M WORTH IT,” hindi lang iyon isang matapang na linya — may buong pilosopiya sa loob nito na hanggang ngayon ay walang-panahon pa rin: babae.

## *Ferdinando*