



UNUTULMAZ L'ORÉAL ANLARI

Messina'yı Catania'ya bağlayan yolda arabayı benim kullanmama karar verdi ve her şeyden önce bilmem gereken tek şey üzerine ilk dersimi verdi: müşteriye kendimi nasıl sunacağım.

Züppe gibi giyinmişim, üstümde bir Fransız kadın parfümü vardı ve açıkçası beni kendimi satayım diye bir çevre yolunda indirmeyeceğini umuyordum — tarihin ilk “SİCİLYA'DA GILLETTE JİGOLOSU”, üstelik bunu kimseciklere anlatamayacak. Gerçekten eşsiz bir deneyim olurdu, ama bu yalnızca kafamdan geçen ucuz, ironik bir kaygıydı; kendime saklamayı seçtim.

Giorgio beni Bay Frega diye, şirket adına yanında gölge gibi dolaşan biri olarak tanıtacağını söyledi; müşteriden bana aklına gelen her soruyu yöneltmesini, beni iyice gözlemesini isteyecekti, çünkü bir gün ünlü olacaktım — yanlış nedenlerle değil, yalnızca yeteneğimle, bundan emindi. Böylece müşteriye kendini önemli, ziyarete değer hissettirecek, biz de nasıl bir tepki alacağımızı görecektik. Nasıl istersen öyle cevap ver, dedi.

Aptal değildi — müşteri sınavını yutulur hâle getirmişti, ama kasaba dedikoducusu kadar meraklıydı, ne yapacağımı, ne olacağını kendi gözleriyle görmek istiyordu. Doğrusu, ikimiz de pek bilmiyorduk.

Listedeki ilk müşteri: Catania'daki RINASCENTE dağıtım platformu. Beş günlük Gillette eğitimim sırasında onların depolarını randevusuz gezme şansım olmuştu ve bir şeyi anlamışım: Haber vermeden kabul edilmemizi sağlayan yalnızca Gillette adının gücüydü — kibirli olmakla vazgeçilmez olmak arasında bir yerde.

Sekreter bizi karşılamaya geldi, bekleme odasına aldı; az sonra satın alma sorumlusu yanımıza çıktı — uzun boylu, zarif, güzel, bakımlı ve parfümlü bir kadın; ikimizi de hemen selamladı, kahve isteyip istemediğimizi sordu.

Giorgio teşekkür edip evet dedi, ben hayır dedim; o da kadının kim olduğuma, görevimin ne olduğuna dair sorusunu cevaplamaya hazırlanıyordu bile.

Ağzını açmasına fırsat vermeden atıldım: Satış çırağımı, dedim, ama lütfen beni büyücünün çırağıyla karıştırmayın.

Kahkahayı bastı ve dedi ki: Ne güzel bir gün oluyor bu — biraz keyifsiz gelmişim, şimdi her şey değişti.

Giorgio'nun yanında okuma gözlüğü, ceketinin cebinde hep taşıdığı gösterişli bir kalem, bir de sipariş formlarını koyduğu fermuarlı, A5 boyunda deri bir ajanda vardı.

Çanta yok, bilgisayar yok, telefonu da kesinlikle kapalı.

Tüketici siparişini hazırlamaya koyuldular — öyle diyorlardı — ben de bir “PICKING” gözünden söz ettiklerini duyup duruyor, bunun tam olarak ne demek olduğunu çıkarmaya çalışıyordum.

O gün gerçek bir satış olmadı — organize perakendede her şey sabit yıllık fiyat listesi üzerinden yürürdü; yerel promosyonlar da merkezden, genel müdürlükten yönetilen broşürlerle yapılırdı.

Bütün görüşme yirmi dakika sürdü; biz çıkmadan önce kadın sordu: Bay Priolo, bugün beni öğle yemeğine davet etmeyecek misiniz, şu bir daha tek kelime etmeyen büyücü çırağınızı biraz daha yakından tanıyalım?

Elbette, dedi — Ognina'da, Selen restoranında buluşalım, 13.30'da; sizi şirketim adına ağırlamak benim için büyük bir zevk olur.

Bu arada satış katına, parfümeri reyonuna indik, COROLLE kozmetik siparişinden sorumlu kadınla görüşmeye; sipariş defterini açtığında on iki sayfalık ürün listesi görünce şaşırdım — 1.500'den fazla SKU.

“BECAUSE I’M WORTH IT” sloganını çıkardıklarında bu yalnızca cesur bir söz değildi — içinde, onu bugün bile zamansız kılan koca bir felsefe var: kadın.

Ferdinando