
o.b.
tampons
HAIR COLOR
PERMANENT HAIR COLOR
COLOR BLUE
COOL BLUE 1.1
BLUE BLACK COOL
FOR PROFESSIONAL USE

GILLETTE-HAAR VS L'ORÉAL GARNIER

We werden dag na dag het merk dat aanwezig was in elk menselijk ritueel voordat je de deur uitgaat — scheren, gezichtsscrub, en voor het haar, althans voor wie het nog had, moesten we ook iets doen.

Boston vond dat MALE GROOMING de hele mannenmarkt moest dragen, maar wij rekenden, zoals altijd, op de vrouwen — onze beste klanten — al had destijds niemand het lef om dat hardop tegen wie dan ook te zeggen. Vandaag heb ik het juiste moment gevonden om het eindelijk te zeggen.

Shampoo Scientel, vier varianten: voor normaal haar, voor dagelijks gebruik, voor vet haar, tegen roos.

Een van de grootste markten die er waren — destijds bijna 600 miljard lire waard — en zelfs een klein aandeel daarin was al een groot resultaat.

Ons geluk was dat de leider van de sector nog beperkt bleef tot de verkoop in parfumerieën — dat bedrijf dat L'Oréal heette, thuisbasis van een paar heel sterke merken. Maar het was maar een tijdelijk voordeel, want rond diezelfde tijd kwam met enorme kracht het GRAPHIC BRAND van Garnier massaal op de markt, en niemand had hen in die categorie mogen overtreffen. Maar wij deden meer.

Tegelijk lanceerden we de aanvulling van de Scientel-haarlijn — gel, mousse, spray — en de klanten raakten ervan overtuigd dat

Gillette L'Oréal had gekocht. Wanneer de verkopers van L'Oréal zelf bij diezelfde klanten langskwamen, kregen ze met een glimlach te horen: "We hebben de bestelling al geplaatst — rechtstreeks bij Frega."

's Avonds was het één groot gelach in de hotels waar we elkaar allemaal troffen, en mijn collega van J&J en ik ruilden altijd de bestellingen van een klant in Crotone die jarenlang bleef bestellen: Oral-B bij hem, en "OB" bij mij. We hebben hem nooit van het tegendeel kunnen overtuigen.

AHAHAHAHAHAH.

Ferdinando