

MOMENTOS INOLVIDABLES DE L’ORÉAL

Por la carretera que une Mesina con Catania decidió que condujera yo, y me dio mi primera lección sobre lo único que necesitaba saber por encima de todo lo demás: cómo presentarme ante un cliente.

Iba vestido como un dandi, con un perfume francés de mujer, y sinceramente esperaba que no fuera a dejarme en alguna circunvalación para que me vendiera — el primer “GIGOLÓ GILLETTE EN SICILIA” de la historia, sin poder contárselo a nadie. Habría sido una experiencia realmente única, pero no era más que una pequeña preocupación irónica y barata que me rondaba la cabeza, y que preferí guardarme.

Giorgio dijo que me presentaría como el señor Frega, que lo acompañaba por cuenta de la empresa, y que pediría al cliente que me disparase cualquier pregunta que quisiera, que me observara de cerca, porque algún día yo sería famoso — no por malas razones, solo por mi capacidad, de eso estaba seguro. Así haría que el cliente se sintiera importante, digno de una visita, y veríamos qué clase de reacción obteníamos. Tú contesta como quieras, dijo.

No era tonto — había hecho que la prueba con el cliente entrara suave, pero era curioso como una cotilla de pueblo y quería ver por sí mismo qué haría yo, qué pasaría. Y la verdad es que ninguno de los dos lo sabía realmente.

Primer cliente de la lista: la plataforma de distribución de RINASCENTE en Catania. Yo había tenido la suerte, durante mis cinco días de formación en Gillette, de visitar sus almacenes sin cita previa, y había entendido una cosa: era solo la fuerza del nombre Gillette lo que nos permitía ser recibidos sin avisar — a medio camino entre ser arrogantes y ser indispensables.

La secretaria salió a saludarnos y nos hizo pasar a la sala de espera, y poco después salió a recibirnos la compradora — una mujer alta, elegante, guapa, bien arreglada y perfumada, que nos saludó enseguida a los dos y nos preguntó si queríamos café.

Giorgio le dio las gracias y dijo que sí, yo dije que no, y él ya se disponía a responder a la pregunta de la compradora sobre quién era yo y cuál era mi función.

Antes de que pudiera abrir la boca, me adelanté: soy aprendiz de vendedor, dije, pero por favor no me confunda con el aprendiz de brujo.

Ella se echó a reír y dijo: qué día tan bonito está resultando — he llegado un poco baja de ánimo, y ahora todo ha cambiado.

Giorgio llevaba consigo sus gafas de leer, una pluma de aspecto importante que guardaba siempre en el bolsillo de la chaqueta y una agenda de piel en formato A5 con cierre de cremallera, donde guardaba sus hojas de pedido.

Ni maletín, ni ordenador, y el teléfono rigurosamente apagado.

Empezaron a preparar el pedido de consumo — así lo llamaban —, y yo no dejaba de oírlos hablar de un hueco de “PICKING”, intentando averiguar qué significaba en realidad.

Aquel día no hubo venta propiamente dicha — en la gran distribución todo funcionaba con una tarifa anual fija, con promociones locales gestionadas mediante folletos que se llevaban de forma centralizada, desde la sede.

La reunión entera duró veinte minutos, y antes de que nos fuéramos la mujer preguntó: señor Priolo, ¿no va a invitarme hoy a comer, para que conozcamos un poco mejor a su aprendiz de brujo — ese que no ha vuelto a decir palabra?

Por supuesto, dijo él — quedamos en Ognina, en el restaurante Selen, a la 1:30, y será para mí un gran placer invitarla en nombre de mi empresa.

Entretanto bajamos a la sala de ventas, a la sección de perfumería, para ver a la encargada del pedido de cosméticos COROLLE, y cuando él abrió su libro de pedidos me impresionó ver doce páginas de listados — más de 1500 referencias.

Cuando lanzaron el eslogan “BECAUSE I’M WORTH IT”, no era solo una frase atrevida — dentro hay toda una filosofía que todavía hoy lo hace intemporal: la mujer.

Ferdinando