

TERUG NAAR ITALIË NA L'ORÉAL

L'ORÉAL THROUGH GILLETTE · 10

Veel dingen, veel momenten, zijn nooit opgeschreven, omdat ze alleen voortleven in de herinnering van een man die er niet meer is: Giorgio.

Maar toen we thuiskwamen, vielen we allebei stil, en geen van ons zei meteen iets over de test of hoe die was verlopen.

Pas twee weken later kreeg ik een telegram van de toenmalige verkoopdirecteur van L'ORÉAL, met alleen deze regel: MENEER FREGA BEDANKT.

Ik leerde dat bedrijven je kennis van markten geven via producten, via de echte en de verzonnen behoeften van de consument — en dat diezelfde commerciële manipulatie vandaag nog, ongemerkt, aankoopbeslissingen vormt.

Ik denk graag terug aan een fragment van Benny Hill, de Engelse acteur, die een ober speelde die wijn schonk aan een klant die steeds klaagde en vroeg om een andere wijn omdat deze niet goed was.

Benny verwisselde vijf keer het etiket, en de wijn was altijd dezelfde — pas aan het eind zei de klant eindelijk dat hij goed was.

Met verkopen is het net zo — het is alleen een kwestie van manier van doen, en van het soort etiket dat je gebruikt. Wat iemand echt uniek maakt, is niet ervaring met veel merken, maar ervaring bij veel verschillende bedrijven.

Moeders maken maar één fout met hun zonen: ze leren ons nooit hoe we onszelf moeten beschermen, omdat ze het vanzelf voor ons doen — maar ze weten dat we die ervaring alleen zullen moeten verdienen, en dat is wat ieder van ons anders zal maken.

Ik kwam thuis in de wetenschap dat ik niet meer dezelfde man was, en mijn vrouw zag het ook, toen ze me vroeg wie Rita was — ik had haar naam 's nachts in mijn slaap gezegd. Gewoon een vrouw die een priester zocht, antwoordde ik.

Ferdinando