

wie besonders gute Qualität der Erzeugung, Dauerhaftigkeit, die Art der Ausführung usw. Er wird den Käufer zu überzeugen haben, daß es in seinem Interesse liegt, den Gegenstand, wenngleich er scheinbar teurer als ein anderer ist, zu erwerben, da die Güte desselben, der eigentliche Wert des „Dinges an sich“ ihn preiswürdig gestaltet. Anders verhält es sich bei einer Kundin, beispielsweise einer mondänen Frau, die weniger nach den Preisen als nach den Erzeugnissen der letzten Mode fragt. Hier wird sich die Einwirkung durch das gesprochene Wort anderer Bahnen bedienen müssen, so des Hinweises auf die Modernität des Erzeugnisses, auf den besonderen Geschmack, der im Gegenstande zum Ausdruck gebracht wird. Ist derselbe ein Toilettegegenstand, so wird er auf die Kleidsamkeit desselben mit Berücksichtigung der Individualität der Käuferin hinweisen. Dies Erwähnen, die Würdigung dieses Momentes wird gerade bei Frauen oder diesbezüglich feminin veranlagten Wesen ein nicht zu unterschätzender Faktor sein. Dasselbe gilt von Schmuck, von Büchern, Kunstgegenständen, Stücken, die für eine Wohnungseinrichtung bestimmt sind usw. Auch hier kann an den persönlichen Geschmack, an die Individualität des einzelnen appelliert werden.

Allgemein zusammenfassend kann man sagen: Wie sich der Arzt bei einem Kranken in kürzester Zeit durch Erkennen und Ergründen aller Symptome, die er zeigt, ein klares Bild über den Zustand desselben verschaffen muß und nur so eine richtige Diagnose zu stellen vermag, nach welcher er eine wirksame Behandlung einzuleiten imstande ist, so wird es Aufgabe des Verkäufers sein, durch die exakteste Beobachtung der Kunden alle jene Momente zu ergründen, die ihm die Handhabe bieten, dieselben erfolgreich zu beeinflussen. Diese Beobachtung darf sich nicht bloß auf die wenigen Worte beziehen, mit denen ein Käufer einen Gegenstand verlangt, sondern sie wird sich auf die Gesamterscheinung zu erstrecken haben. Die Frage selbst, die der Käufer vorbringt,

Zu-  
sammen-  
fassung