

Deutsche Uhrmacher-Zeitung



Bezugspreis

für Deutschland bei offener Zustellung monatlich 1,60 RM, unter Streifband 1,95 RM, Jahresbezugspreis bei Vorauszahlung 17,50 RM; für das Ausland unter Streifband, soweit keine Portoermäßigungen bestehen, Jahresbezugspreis 23,— RM oder in Landeswährung

Die Zeitung erscheint an jedem Sonnabend. Briefanschrift: Deutsche Uhrmacher-Zeitung, Berlin SW 68, Neuenburger Str. 8

Preise der Anzeigen

Grundpreis $\frac{1}{4}$ Seite 200,— RM. $\frac{1}{100}$ Seite — 10 mm hoch und 46 mm breit — für Geschäfts- und vermischte Anzeigen 2,— RM, für Stellen-Angebote und -Gesuche 1,50 RM. (Die vorstehenden Preise ergeben sich aus: Normalpreis \times Multiplikator $\frac{1}{4}$)

Postscheck-Konto Berlin 2581
Telegramm-Adresse: Uhrzeit Berlin
Fernsprecher: A 7 D ö n h o f f 2425, 2426, 2427

Uhren-,Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

Nr. 35, Jahrgang 58 * Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin SW 68 * 25. August 1934

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten * Nachdruck verboten

Lerne erfolgreich verkaufen!

Winke aus der Praxis für die Praxis

(Fortsetzung zu S. 427)

Nun zum Verkaufsgespräch. Zuerst müssen wir das Vertrauen des Kunden gewinnen, dann wird uns der Verkauf wesentlich erleichtert. Der Kunde muß davon überzeugt sein, daß Sie nicht nur Verkäufer, sondern auch Berater sein wollen. Die schon eingangs erwähnten gründlichen Warenkenntnisse und deren verständnisvolle Anwendung bilden die erste Voraussetzung für die Gewinnung des Vertrauens der Kunden. Aber auch die Persönlichkeit des Verkäufers muß gewinnend sein. Eine saubere, solide Kleidung sowie klare und deutliche Aussprache tragen dazu bei, ein Vertrauensverhältnis herzustellen. Ohne das Vertrauen ist in unserem Fache auf die Dauer überhaupt kein großer Umsatz möglich. Was nützt es, wenn Sie der Kundin eine Halskette verkaufen und ihr zusichern, sie trage sich gut, während Sie ganz genau wissen, daß die Kette nur vergoldet ist, also in kurzer Zeit ihren Glanz verliert. Ist das aufrichtig und klug gehandelt? Gewiß nicht. Sagen Sie doch der Kundin ruhig, daß sie für den Preis nichts Dauerhaftes erhalten kann, und zeigen Sie ihr zum Vergleich andere Halsketten in höherer Preislage. Wenn die Kundin dann auch vielleicht keine bessere Kette kauft, so wird sie doch nicht die gleiche Haltbarkeit von der billigen Kette verlangen; aber eine billige Ware gar zu sehr loben, schadet erst recht.

Seien Sie dem Kunden gegenüber aufrichtig; das schafft Vertrauen. Leider wird dies in vielen Geschäften unseres Faches nicht so genau genommen. Der Kunde geht ja deshalb zum Fachmann, um von ihm beraten zu werden; sonst kann er auch ins Warenhaus gehen. Viele erfolgreiche Uhrengeschäfte haben sich ihr Vertrauen durch die gute Ausführung der Reparaturen erworben. Hier kann der Uhrmacher seine Fachkenntnisse der Kundschaft am besten zeigen. Schon die Annahme und Abgabe der Reparaturen von Uhren sollte nach Möglichkeit durch Fachleute erfolgen. Verkäuferinnen eignen sich im allgemeinen weniger gut dazu; jedenfalls will der größte Teil der Kunden den Fachmann sehen. Wenn auch die Verkäuferin Fachkenntnisse besitzt, so glaubt ihr der Kunde

doch nicht so recht. Verkäuferinnen sollen Schmuck, Bestecke usw. verkaufen, aber um den Uhrenverkauf sollten sie sich, wenn es nach Lage der Sache nur irgend zugänglich ist, die Fachleute bemühen.

Jetzt wollen wir einen Kunden bedienen, der eine Uhr zur Reparatur bringt. Mit freundlichem Gesicht begrüßt ihn der Uhrmacher: „Guten Morgen! Womit darf ich dienen?“

Kunde: „Meine Uhr will nicht mehr gehen; es kann aber nicht viel daran sein, denn sie ist bis heute früh noch gut gegangen.“ (Er denkt vermutlich, wenn der Uhrmacher mal reinguckt, wird sie schon wieder gehen.)

Uhrmacher (öffnet die Uhr und sieht mit der Lupe hinein): „Hier ist einmal eine gründliche Reparatur notwendig; an der Uhr ist viele Jahre nichts gemacht worden.“

Kunde: „Nein, nein, so lange ist das noch nicht her. Ich habe sie erst vor einiger Zeit beim Uhrmacher gehabt und reinigen lassen; höchstens fünf Jahre sind es her.“ (Wenn der Kunde fünf Jahre sagt, so sind es sicher schon sieben Jahre, denn jeder Kollege wird ja schon festgestellt haben, daß das Gedächtnis der Kunden in dieser Beziehung nicht gut ist. Wenn die Uhr im eigenen Geschäft zur Reparatur gewesen ist, so läßt es sich leicht an Hand der Reparaturnummern feststellen, wann die Uhr das letzte Mal repariert worden ist.)

Uhrmacher: „Da hat sie doch lange genug ihre Pflicht getan. Bei jeder Maschine müssen nach einiger Zeit die Lager erneuert werden, obwohl sie oft geölt werden. Und Ihre Uhr hat fünf Jahre ununterbrochen ihre Pflicht getan, Tag und Nacht. In dieser Zeit laufen sich die Zapfen ein, das Öl wird dick, und der feine Staub, der hineindringt, bringt die Uhr zum Stehen. Außerdem sehe ich, daß hier ein Deckstein entzwei ist; die Uhr muß also gefallen oder angeschlagen worden sein.“

Kunde: „Ja, runtergefallen ist sie mehreremal; das ist aber schon lange her. Was wird denn nun die Sache kosten?“