

## Sprechsaal

**Verkaufsförderung durch Kundendienst.** In dem Artikel: „Geeignete Paten- und Hochzeitsgeschenke“ in der Nr. 27 der UHRMACHERKUNST schreibt der Verfasser von einer Karte, die dazu dienen soll, Kunden an Geburtstage oder an sonstige Begebenheiten aus ihrem Bekanntenkreis zu erinnern. Diese gegebene Anregung ist wert, daß man sie eingehender bespricht, denn die Ausführung eignet sich ganz besonders für uns und ist obendrein eine mit wenigen Kosten verbundene, ganz vorzügliche Werbemaßnahme.

Wahrscheinlich ist jeder von uns schon einmal in eine mißliche Lage gekommen, weil er einen Geburtstag vergessen hat oder weil er gerade am Vorabend dieses Tages, also wenn es zu spät war, noch ein Geschenk zu kaufen, daran dachte.

Das sind peinliche Lagen, aus denen man sich mit einer nachträglichen Entschuldigung nicht ganz retten kann. Ein vergessener Geburts- oder sonstiger Freudentag ist immerhin eine gewisse Beleidigung, der Betroffene faßt es wenigstens so auf.

Der um seine Kundschaft bemühte Geschäftsmann hat hierbei eine Gelegenheit, geschickt seiner Kundschaft zu dienen, indem er sie an Tage, die Geschenke nötig machen, in einer Weise erinnert, die nicht gleich von vornherein als Reklame zu erkennen ist.

Vor allen Dingen wird zuerst nötig, daß man diese Tage, an die man erinnern soll, von seiner Kundschaft erfährt. Am besten verfährt man dabei, wenn man einen kurzen Werbebrief, der am besten mit der Schreibmaschine geschrieben wird und den Charakter eines Privatbriefes trägt, an die Kundschaft versendet. Ungefähr einen Brief, wie der nachstehende;

Sehr geehrter Herr . . . .!

Vor einigen Tagen bin ich in eine peinliche Lage gekommen. Ich habe den Geburtstag eines mir nahestehenden Menschen vergessen. Die Lage war dadurch noch mißlicher geworden, weil ich schon die ganzen Jahre hindurch regelmäßig gratulierte und immer ein kleines Geschenkchen mitgesandt hatte.

Diese Vergeßlichkeit hat mich auf den Gedanken gebracht, daß es vielleicht auch für meine Kundschaft angenehm wäre, wenn ich eine Karthothek anlegte, in der sämtliche Daten solcher Gelegenheiten, an die meine Kundschaft erinnert werden sollte, vermerkt ist, um von mir aus immer sicher und pünktlich an diese Tage erinnert zu werden. Natürlich ist dieser Erinnerungsdienst durchaus kostenfrei und verpflichtet zu gar nichts.

Bitte füllen Sie die beiliegende Karte aus, schreiben Sie mir die Daten von Geburtstagen, Jubelfeiern, Familienfesten usw., an die Sie erinnert werden möchten. Ganz überflüssig ist es, die genauen Adressen Ihrer Bekannten anzugeben. Es genügt für meine Zwecke vollauf, wenn Sie z. B. schreiben: „Mutter“ — „Onkel Friß“ usw. Ich werde Ihnen dann stets ein paar Tage vor dem betreffenden Anlaß eine kleine Erinnerung zusenden. Unnötig ist es, meinerseits besonders auszusprechen, daß Ihre Angaben mit Vertraulichkeit behandelt werden.

Mit freundlichen Grüßen  
Ihr jederzeit dienstbereiter . . . .

Auf der diesem Schreiben beigefügten Antwortkarte, die Sie am besten vorschreiben, lassen Sie Platz zu mehreren Eintragungen.

Wenn Sie die Karten von Ihrer Kundschaft hereinbekommen haben, dann legen Sie sich die Karte an, die

ebenfalls nicht erfordert, große Ausgaben zu machen, denn die Karthothekarten können Sie mit einiger Geschicklichkeit selbst anfertigen.

Ungefähr 8 bis 5 Tage vor dem Tage, an den erinnert werden soll, sendet man dann an den betreffenden Kunden einen Werbebrief, der wiederum mit der Schreibmaschine geschrieben und ganz privat gehalten ist.

Ich denke mir diesen Brief mit dem nachfolgenden Wortlaut:

Sehr geehrter Herr . . . .!

Ich erinnere Sie wunschgemäß an den 12. d. Mts. An diesem Tage hat Willy seinen Geburtstag.

Wenn Sie es für nötig halten, zu diesem Tage ein kleines Geschenk zu machen, dann überlegen Sie sich doch bitte einmal, ob eines der unten angeführten Dinge geeignet für diesen Zweck wäre.

Vielleicht machen Sie sich dieser Tage die Mühe, bei mir vorbeizukommen. Ich würde Ihnen gern noch weitere Vorschläge, selbstverständlich ohne jede Verbindlichkeit für Sie, machen. Auf alle Fälle könnten wir uns dann in aller Ruhe darüber unterhalten, worüber sich Willy wohl am meisten freuen würde.

Mit freundlichen Grüßen  
Ihr sehr ergebener . . . .

Man führt dann am Fuße dieses Briefes noch einige Geschenkwaren auf, die man selbstverständlich dem Zwecke anpassen muß. Die Preise müssen dabei stehen. Man richte seine Anfragekarte so ein, daß man nicht nur allein das Datum, sondern auch das Geburtsjahr erfährt, um auf diese Weise feststellen zu können, ob es sich um ein Kind oder um eine erwachsene Person handelt, wegen welcher der Kunde erinnert werden soll.

Dieses Verfahren des Kundendienstes ist keineswegs neu. Bei uns allerdings neu, aber die Amerikaner führten diese Werbemaßnahme schon jahrelang, und wie ich weiß, mit ganz ausgezeichnetem Verkaufserfolg durch. Es wäre mir interessant, zu erfahren, welche Kollegen diese Gelegenheit ergreifen wollen. Ich bin gern bereit, dieses Vorhaben durch briefliche Ratschläge zu unterstützen, ohne jede Kosten natürlich. Schreiben Sie deshalb unter Bezugnahme auf diesen Aufsatz an die UHRMACHERKUNST, auch dort erfährt man gern von der Fortschrittlichkeit der Herren Kollegen. (V/510) G. W.

**Zur Frage der Reparaturpreise.** Zu dem Artikel in Nr. 24 der UHRMACHERKUNST gestalten Sie bitte einem alten, nicht mehr im Erwerbsleben stehenden Kollegen, seine Ansichten zu äußern. Die bemängelten zu niedrigen Verkaufs- und Reparaturpreise sind ein altes Übel, das es auch schon früher gab. Es wird hauptsächlich von jenen verbrochen, die in ihrer Lehre nichts Richtiges gelernt haben, oder wenn diese wirklich gut war, später im eigenen Geschäft zu bequem sind und daher das

