

birthstag (Namenstag), da will ich ihr etwas Hübsches schenken.“ Verkäufer: „Das ist sehr gut, ich habe besonders schöne Gegenstände jetzt am Lager. Hier sehen Sie ein modisches Kollier, wie es die Damen jetzt bevorzugen, hier einen aparten Ring, der Freude machen wird. Auch etwas Praktisches kann ich anbieten. Wunderschöne neue Besteckmuster habe ich am Lager“ usw.

Ohne viele Fragen müssen also dem Kunden Geschenkartikel angeboten werden. Selbst wenn der Kunde nichts davon sagt, daß es die „bessere Hälfte“ ist, die etwas bekommen soll, und selbst wenn er den Geburtstag verschweigt, selbst dann wird nicht lange gefragt, sondern gleich angeboten: Verkäufer: „Gewiß, wir haben prächtige Geschenke für Damen und für Herren.“ Kunde: „Für eine Dame, bitte.“ Verkäufer: „Sehen Sie, hier sind die Geschenke für Damen . . .“

Durch eine solche Angebotmethode soll erreicht werden, daß der ungeschlüssige Kunde sofort Vertrauen zu



Machen Sie es Ihren Kunden beim Einkauf behaglich

dem Geschäft gewinnt. Er soll merken, daß ihn jemand bedient, der genau mit Geschenken Bescheid weiß, bei dem er also das Richtige findet. Oft hat der Kunde tagelang gegrübelt, ohne den richtigen Einfall zu haben. Da ist es dann die Aufgabe des Verkaufenden, ihn von seinen Qualen zu befreien und statt langweiliger Fragerei positive Angebote zu machen.

Aber, aber, das kommt nicht von ungefähr. Positive Angebote müssen vorbereitet werden. Dazu ist es erforderlich, daß man überlegt, welche Artikel kommen im Uhrenfachgeschäft als Geschenkartikel in Frage. Hat man sich darüber Gewißheit verschafft, so prüfe man, welche Artikel für den Herrn, welche für die Dame geeignet sind. Hat man auch dies glücklich überstanden, so beschäftige man sich mit den schwierigen Problemen, z. B.: Was schenkt der Herr einer soeben zur jungen Dame gewordenen Konfirmandin? Was bringt eine junge Dame der älteren Dame mit? Was schenkt der kleine Bruder der großen Schwester? Womit erfreut der dankbare Sohn seine liebe Mama?

Das sind nur einige der schwierigen Fälle, d. h. sie sind gar nicht schwierig, wenn man sich in die Kunst des Schenkens vertieft. Wollen wir also Geschenke verkaufen, dann heißt es:

1. Prüfen, welche Waren sind geeignet.

2. Beim Angebot nicht viel fragen, sondern entschlossen anbieten.

Zu diesen zwei Ratschlägen wollen wir noch einen dritten hinzufügen. Der Kunde kauft am liebsten den Geschenkartikel, der — selbst wenn er nur wenig gekostet hat — so aussieht, als hätte man dafür ein kleines Vermögen angelegt. Wer wollte nicht beim Schenken mehr scheinen, als es der Wirklichkeit entspricht? Die klugen Verkäufer werden daher den Geschenkartikel immer „wertvoll“ anbieten, d. h. sie werden betonen, daß der betreffende Artikel außerordentlich vornehm und wertvoll aussieht, daß er große Freude auslösen wird u. dgl. mehr.

Auch muß man die Frage hier erörtern, was zu tun ist, wenn der Beschenkte den Preis des Geschenkes erfahren will. — Steht doch da richtig auf dem Etikett „Uhrmacher Müller“. Schon eilt die beschenkte Dame zu Herrn Müller, weil sie erfahren möchte, wieviel sie ihrer Freundin „wert“ ist. Unter dem Vorwand, das Geschenk umzulauschen, will sie Herrn Müller zum Verrät an der Freundin veranlassen. Ist Herr Müller ein neuzeitlicher und kluger Mann, so hat er im Geschäft längst Kassenzettel eingeführt, und er sagt der Neugierigen:

„Leider kann ich ohne den Kassenzettel den Umtausch nicht vornehmen. Lassen Sie sich bitte den Zettel geben.“

Hat Herr Müller aber keine Kassenzettel, dann ist der Fall schon sehr viel verzwickter. Er wird dann gut tun, der Dame zu empfehlen, den Umtausch durch die Schenkerin vornehmen zu lassen. Freilich läßt sich für diesen Fall keine Norm aufstellen. Immerhin muß ja auch die Schenkerin bedenken, daß die Beschenkte den Preis des Geschenkes erfahren kann, wenn sie ernstlich will.

Und noch ein kleiner Hinweis, der mit Schenken und Beschenkten zusammenhängt. Oft erfährt der Uhrmacher durch den Geschenkeinkauf von Familienfesten, Hochzeiten, Umzügen, Verlobungen, Geburts- oder Namenslagen. Dadurch gibt es gutes Material für die Kundenkartei¹⁾. Der Kunde wird sich sehr freuen, wenn ihm die Post auch einen Glückwunsch des aufmerksamen Uhrmachers bringt.

Wie bei jedem Verkauf die Notwendigkeit besteht, den Verkauf vorzubereiten, so ist es auch beim Geschenkartikel-Verkauf besonders wichtig, alle Probleme des Geschenkartikels zu studieren, bevor der erste geschenkaufende Kunde den Laden betritt. (I/831)

1) Zu beziehen durch die Verkaufsberatung für den Deutschen Uhrenfachhandel, Halle a. d. S., Königstraße 84.

3. Geschenk-Vorschlag

Der neuzeitliche Uhrmacher schenkt seiner mitarbeitenden Tochter:

Eine komplette Kundenkartei der Verkaufsberatung für den Deutschen Uhrenfachhandel, damit die Tochter für die Werbung und den Verkauf alles bequem und übersichtlich registrieren kann, was es Wissenswertes über die Kunden des Geschäftes gibt. Komplette Kundenkartei schon von RM 12,10 an.