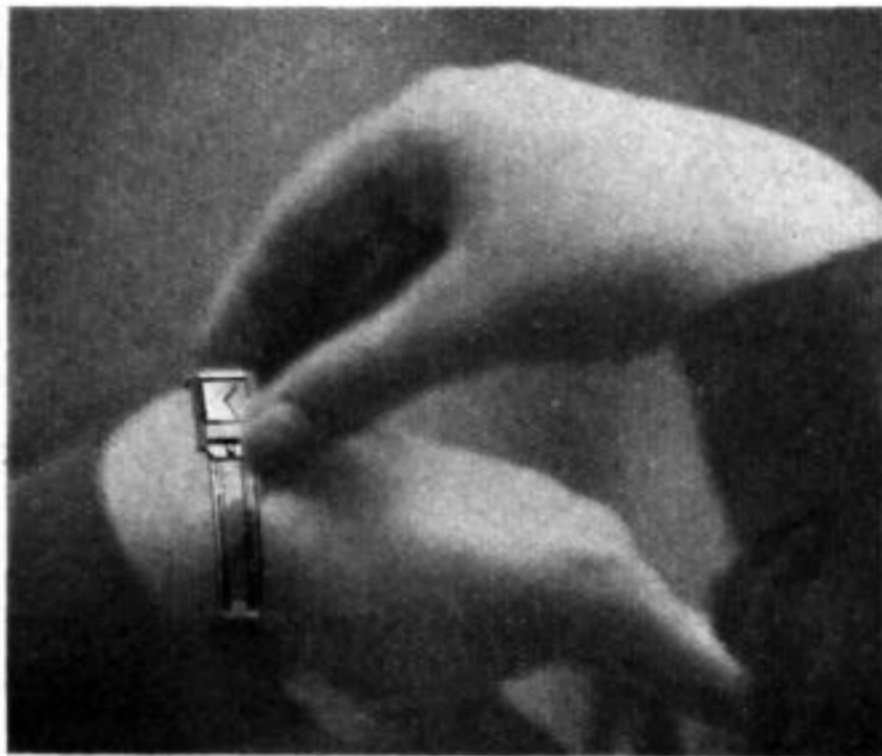


Wie der Uhrmacher den Verkauf von Uhrenansatzbändern fördern kann 14 Wege, um den Verkauf dieses lohnenden Artikels in die Höhe zu bringen

Die amerikanische Zeitschrift „The Keystone“ brachte vor einiger Zeit in einer Ausgabe vor allem Inserate von Firmen, die Ansatzbänder verkaufen. Dies veranlaßt das Journal zu dem folgenden Artikel. Wir bitten die Uhrmacher, die ihren Umsatz in Uhrenansatzbändern vergrößern möchten, die Anregungen in dem Artikel zu beachten. Die Ausführungen sind in Abschnitte mit besonderen Überschriften gegliedert, aus denen man diejenigen leicht herausfinden kann, die sich für das eigene Geschäft besonders eignen. Die Schriftleitung.

Was beim Verkauf hervorzuheben ist

Wenn man neue Ansatzbänder für Damenuhren anbietet, so muß man die Idee der neuen Mode hervorheben. Handelt es sich um Uhrenarmbänder für Herren, so muß mehr darauf Wert gelegt werden, die neuartige Ausführung und die Sicherheit der Bänder zu betonen. Diese Punkte hat man in der Unterhaltung mit dem Kunden hervorzuheben. Daneben kann man auf die Harmonie von Muster und Uhrgehäuse, auf die Dauerhaftigkeit der Ausführung, z. B. auf die schweißsichere Plattierung oder das schweißsichere Metall oder die Konstruktion des Ansatzbandes, aufmerksam machen und darauf, daß sich das Muster für den gewünschten Zweck besonders eignet.



Das Band und die Uhr passen gut zu der zarten Hand.

Schaufensterauslagen

Die Wirkung von Uhrenansatzbändern in anziehenden Schaufensterauslagen kann dadurch sehr gehoben werden, daß die verschiedenen Arten von Armbändern, die sich auf Lager befinden, gezeigt werden. Man sollte hierbei Wert darauf legen, nicht alles durcheinander zu zeigen oder etwa übermäßig viel von einer Sorte auszulegen, da sonst die Wirkung zerstört wird und die Aufmerksamkeit des Kunden von einem speziellen Artikel abgelenkt wird. Wirkung durch die Auslage kann erzielt werden, wenn man den Boden des Schaufensters mit rotem, schwarzem, blauem oder grünem Stoff auslegt und die Uhrenbänder mit reichlichen Zwischenräumen darauf legt. Dabei schaltet man möglichst in der Mitte der Auslage hier und da einige Uhren ein, und zwar mit und ohne Band, um den Gedanken zu erwecken, daß ein neues Armband erforderlich erscheint. Es empfiehlt sich, Text beizufügen, in dem darauf hingewiesen wird, daß die ausgelegten Bänder einen besonderen Verschluss haben und als Neuheit z. B. nichtanlaufendes Metall. Gleichzeitig können einige Manschettenknöpfe, die nicht anlaufen, gezeigt werden. Als sehr vorteilhaft hat es sich in

der Praxis erwiesen, Artikel für die Dame und Artikel für den Herrn an getrennten Stellen im Fenster auszuzeigen, während das Durcheinander Nachteile gezeitigt hat.



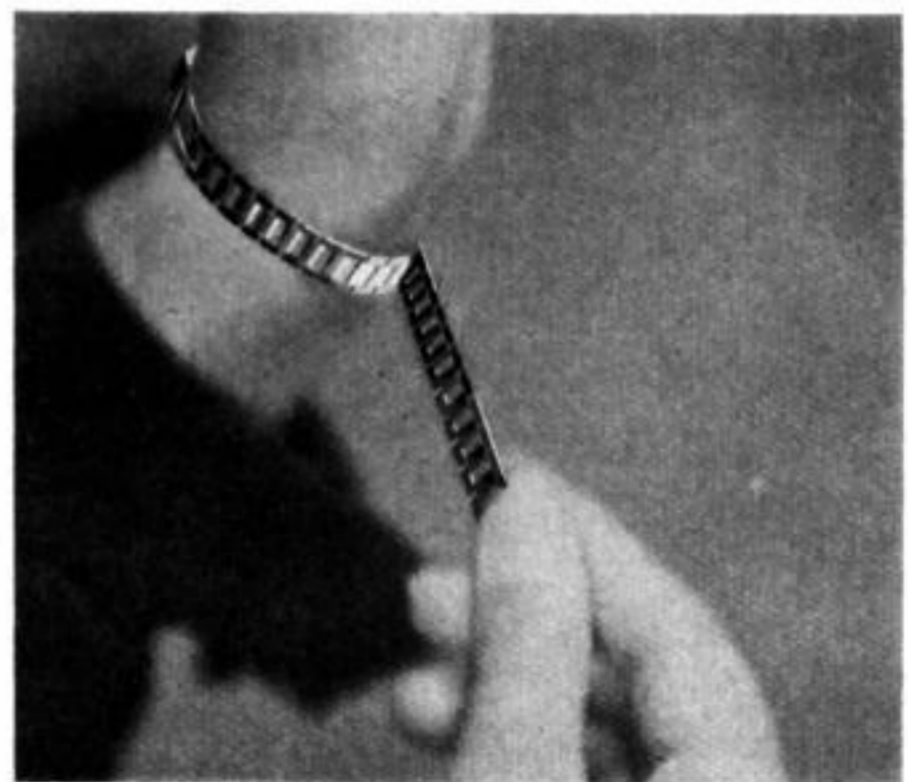
Ein breites, kräftiges Band gehört an diesen Arm.

Manchmal verlangt die Mode Metallarmbänder

Modespezialisten sind zu dem Schluß gekommen, daß es für einen Mann durchaus schlecht aussieht, wenn er zu einem Gesellschaftsanzug ein Lederarmband tragen würde. Man sollte nicht versäumen, auf diesen Punkt besonders hinzuweisen, und Metallarmbänder stets solchen Kunden anbieten, von denen man annimmt, daß sie auf äußere Form in der Kleidung Wert legen.

Armbänder für Beruf und Sport

Für einen Verkäufer sollte es auch in dem Falle leicht sein, den Kunden davon zu überzeugen, daß er mehr als ein Armband nötig hat, wenn der betreffende Kunde nur über eine Uhr verfügt. Manche Bänder sind mehr für Berufszwecke, andere mehr für Sportzwecke geeignet. Indem man lediglich an die Neigung des Kunden zur Abwechslung appelliert, ist es also möglich, extra Uhrenarmbänder zu verkaufen, besonders Armbänder, die von dem Kunden selbst an der Uhr befestigt und wieder gelöst werden können. Hier muß gezeigt werden, in welcher einfachen Weise die an den Enden angebrachten Haken konstruiert sind und ein leichtes Befestigen und Lösen ermöglichen.



Das Band ist einfach und schön.