

Ad Flugblatt Nr. 65 und Nr. 66.

Diese beiden Flugblätter werden nächster Tage zur Ausgabe gelangen; Abweichungen gegenüber dem Inhalte des „Central-Anzeigers“ haben wir durch Correcturblätter zu beheben gesucht, die wir auf die Flugblätter kleben.

Nehmen Sie zur Kenntnis, dass vorliegende Nr. 3 massgebend ist, und dass demnach die Flugblätter Nr. 65 und 66 an Hand dieser Nr. 3 zu corrigieren sind, falls Sie solche irrigerweise ohne Correcturzetzel empfangen sollten.

Neuheiten der Concurrenz.

Mit Circular vom August 1897 und mit Nr. 1 des „Central-Anzeigers“ richteten wir an Sie die Aufforderung, uns über Neuheiten der Concurrenz, wie auch der Möbelbranche im Allgemeinen au courant zu halten. Wir haben mit grösstem Vergnügen wahrgenommen, dass die meisten Lager diese unsere Aufforderung richtig erfasst haben, indem sie uns auf manch' interessante Erscheinung aufmerksam gemacht und uns auf unseren besonderen Wunsch hin einzelne Muster in natura vorgelegt hatten.

Soweit einschneidende Aenderungen von bestehenden Artikeln in Betracht kommen, ist der Wunsch der Lager, dass auch wir genau das Gleiche bringen sollen, gerechtfertigt.

Leider aber kommt es zu häufig vor, dass fast genaue Copien von Concurrenz-Modellen verlangt werden, die in geringer Abweichung schon bei uns bestehen! Wir sind überzeugt, dass ein flüchtiger, routinierter Verkäufer es zuwege bringt, einen Kunden für unsere bestehende Form zu gewinnen, wenn er sich hierzu die nötige Zeit und Mühe nimmt. — Andererseits wird durch allzu williges Eingehen in die Wünsche der Kunden eine Fülle von Varianten bestehender Modelle geschaffen, die nur zu sehr die Fabrication verteuert, die Uebersicht erschwert und die Ansprüche an den Umfang der Magazinräume ins Grenzenlose ausdehnt.

Es ist gewiss leichter und für den Verkäufer angenehmer, das zu verkaufen, was eine Kunde verlangt; doch soll der Verkäufer einen gewissen Stolz darin setzen, vor Allem unsere bestehenden Modelle abzusetzen; die Concession der genaueren Nachahmung der Concurrenz-Modelle soll das allerletzte und äusserste Mittel sein, das zwecks Abschlusses des Geschäftes in Anwendung gebracht werden soll — und im Notfall auch angewandt werden **muss!**

Kleine Differenzen in der Ausführung der gleichen Grundtypen sehen für den technisch nichterfahrenen Verkäufer geringfügig und kaum der Rede wert aus; ist es aber nicht möglich, diese Differenzen dem Kunden auszurufen, so verursauchen sie den Fabriken viele Mühen und Kosten. Wir resumieren dahin, dass wir zwar als Princip daran festhalten, den Kunden nicht fortzuschicken, sondern das Geschäft auf jede Weise für uns zu sichern; doch sollen auch unsererseits alle Zugeständnisse nicht von vorneherein, sondern nur als äusserstes Mittel zur Erreichung des angestrebten Zweckes, nämlich der Sicherung des Auftrages, gewährt werden.

Nouveautés de la concurrence.

Ces feuilles volantes vont paraître ces jours prochains, les variations vis-à-vis du contenu du „Central-Anzeiger“ nous avons tâché de les éliminer moyennant des feuilles-errata que nous avons fait coller sur ces feuilles volantes. Veuillez prendre note s. v. p. que le No. 3 est exacte et que les feuilles volantes Nos. 65 et 66 sont à corriger suivant la teneur du No. 3 du „Central-Anzeiger“, en le cas où vous recevriez ces feuilles volantes par erreur sans les feuilles-errata.

Feuilles volantes Nos. 65 et 66.

Avec la circulaire d'Août 1897 et avec le No. 1 du „Central-Anzeiger“ nous vous avons prié de nous tenir au courant soit sur les nouveautés de la concurrence comme aussi de la branche des meubles en général. Nous avons vu avec le plus grand plaisir que la majorité des succursales avait bien compris notre demande, en ce qu'elles nous avaient rendu attentifs sur mainte apparition intéressante et sur notre demande spéciale elles nous avaient soumis des échantillons en nature.

En tant qu'il s'agit de changements notables d'articles déjà existants, il est du désir de nos succursales que nous en fassions de même, c'est bien raisonnable.

Mais il arrive fréquemment, qu'on nous demande de copier fidèlement les modèles de la concurrence, qui existent déjà chez-nous avec une petite variante!

Nous sommes persuadés qu'un vendeur capable, ayant de la routine, saura persuader le client d'accepter notre forme existante, s'il se donne la peine et s'il prend le temps nécessaire.

D'un autre côté, en se laissant aller trop librement par les désirs des clients on crée une foule de variantes de modèles existants, la concession de faire exactement le modèle de la concurrence doit être le dernier des moyens pour conclure le marché et en cas d'extrême nécessité il **faudra bien employer** ce moyen!

Les petites différences dans exécution des mêmes types paraissent au vendeur qui n'a pas d'expériences techniques, présenter peu de valeur et dont il ne vaut pas la peine de parler; s'il n'est pas possible de persuader le client de ne pas insister sur ces différences, elles occasionnent aux fabriques beaucoup de peines et de frais.

Nous resumons donc, que comme principe nous tenons que le client ne soit pas renvoyé, mais que de toute façon qu'on ne doit pas lâcher l'affaire; de notre côté on ne doit pas faire toutes les concessions d'emblee, mais ne doivent se donner que comme moyen extrême dans le but que l'affaire nous soit sûre.