

постояннитѣ реклами той *се налага на публика, като и разказва где ще го намѣри и какви стоки продава. Най-после читателя отива въ този магазинъ и така се увеличаватъ клиентигѣ. Тайната на успѣха въ търговията се крие въ редовнитѣ и по чести реклами. Когато рибаря хвърли 2-3 пжти мрежата въ водата, възможно е да не улови никаква риба, обаче продължава ли безъ да се отчайва да хвърля мрежата, той непременно ще хване и то много риба, която ще заслужи за напразното хвърляне на мрежата. Компетентни хора твърдятъ, че обявитѣ въ вестниците произвеждатъ следнѣото впечатление върху читателя:

Първото напечатване на рекламата читателя почти не вижда.

Второто — вижда, но не чете.

Третото чете.

При четвъртото напечатване . запомня стоката.

При петото — запомня името на търговеца.

При шестото — обръща вниманието и на други.

При седмото напечатване на рекламата се решава да купи.

Едва при осмото напечатване купува.

При деветото той се похвалява и на близкигѣ си.

При десетото отиватъ и неговитѣ близки

Въ заключение ще кажа: Не трѣбва да се печататъ обявитѣ въ никой случай по-малко отъ 10 пжти. Да се обади търговеца 2-3