

пжти на публиката и следъ това да млъкне и да чака резултати, е все едно и сжщо никакъ да не се обади. Въ такъвъ случай е много по-добре да не си харчи поне паритѣ напраздно. И тукъ, както и навсѣкжде, постоянството е необходимо, защото успѣха е както гения; развива се и расте ако има постоянство и търпение. Ако търговеца не дава обявления въ вѣстниците никой нема да го знае а сжщо и какви стоки продава и колко ги продава. Той трѣбва постоянно да вика, за го чуютъ и глухитѣ.

Друго едно условие, за да има успѣхъ рекламата е, че тя не трѣбва да е много сбита, защото ще бжде смазана отъ по-голямитѣ реклами и нѣма никой да я прочете. Малката и сбита реклама произвежда много лошо впечатление на читателя; тя не вдъхва довѣрие въ публиката. Читателя пренебрѣгва услугитѣ на такава търговска къща, която толкова много си скъпи паритѣ за реклами. По възможность буквитѣ трѣбва да бждатъ по-едри. Публиката отбѣгва да чете реклами съ много дребни букви, защото не иска да си изморява очитѣ. Ето защо е по-добре думитѣ, написани въ рекламата, да бждатъ по-малко, но съ едъръ шрифтъ Петъ реда едри букви заслужаватъ за 15 реда дребни. Казахме, че рекламата трѣбва да се дава често, защото обикновенно най разсеяно се четатъ рекламитѣ и прави сж нѣкои, които казватъ, че сензационни работи се четатъ много повече. По е полезно да мине една реклама петдесетъ пжти предъ очитѣ на 10