

пъкнала. иначе тя ще мине незабелязано предъ очитѣ на читателя. По е добре да се плати 5 или 10 лв. на кв. см. и да се постави обявлението на лично мѣсто, като напр. въ хрониката, отколкото да се плати по 2—3 лева на кв. см. и да бжде забутано нѣкжде, кждето много малко ще го прочетатъ. Напразно ще очаква търговеца резултати и ще се чуди защо нѣма такива. Ако не му се даватъ повече пари. по е добре да си кротува и и да не дава никакви реклами, отъ колкото да дава и да нѣма никаква полза отъ тѣхъ.

Ще цитирамъ нѣколко правила и мждри мисли, публикувани въ единъ чуждестраненъ вестникъ.

„Човѣкъ се познава по стила, а магазина по рекламата“.

„Който не ви знае какъвъ сте търговецъ ще сжди по даденитѣ отъ васъ реклами.“

„Рекламата е огледалото. въ което се отразява лицето на търговеца“.

„Какъвто търговеца такава и рекламата“.

Рекламитѣ не трѣбва да се прекъсватъ.

„Да давашъ реклами значи: да намѣришъ купувачи; да добиешъ желаното; да намѣришъ кжда подъ наемъ; да продадешъ стоката си.“

„Безъ предложения нѣма купувачи. безъ реклами нѣма търговия.“

„Ако искашъ много да продадешъ, давай много обявления.“

„Който търси нѣкого или нещо, той сле-