

да се изложи въ витрината, кждето публиката може да открие евентуално нейнитѣ недостатѣци. *Витрината показва характера на магазина* — това е правило съ малки изключения. Много продавачи на зеленчукъ прогонватъ добри клиенти, като излагатъ увѣхнали и загнили плодове и зеленчуци. Много сладкарници предпочитатъ да излагатъ въ витринитѣ си изсѣхнали или разтопени отъ слънцето сладки и др. отколкото да оставятъ да се развали въ сѣщитѣ пресна стока. А така тѣ не печелятъ, а напротивъ — губятъ! Вие не можете да продавате злато, ако излагате месингъ или коприна, ако показвате юта! Ако вие продавате въ магазина само ефтина стока, тогава можете да излагате такава въ витрината.

Главната цель, която се преследва съ витрината е привличане на купувачи. Следователно, длѣжни сте да излагате това, което хората желаятъ да иматъ, но не и това, което вие желаете да продадете. Не употребявайте витрината си като сръдство за натрапване известенъ артикулъ на публиката, който тя не желае да има, освенъ ако този артикулъ е единственъ, който продавате,

Ако искате да действувате за предизвикването на нови нужди у консуматоритѣ, не употребявайте затова витрината. Предизвикването на нови нужди можете да направите, като излагате новитѣ артикули въ самия магазинъ, тъй че това излагане да бжде предназначено само за купувачитѣ, но не и за минаващата край витрината публика.

Ако фирмата ви има 3 или 4 витрини, разрешено ѝ е тогава да употреби едната отъ тѣхъ за въвеждането