

Много фирми ставатъ смешни, като излагатъ артикули, които не сж сезонни.

По-голѣмата частъ отъ стокитѣ иматъ опредѣленъ сезонъ, почти всѣки артикулъ има опредѣленъ месецъ, въ който най-добре се продава и презъ този месецъ той трѣбва да бжде изложенъ въ витрината. Фирмата, която излага първа стоката си, споредъ сезона, има известно преимущество предъ другитѣ фирми отъ брашна. По-добре единъ день по-рано, отколкото единъ день по-късно. Нищо не е по-силно отъ първото впечатление. Витрината, която първа въ пролѣтъта излага букетъ отъ кокичета или теменуги и първа въ есенъта пѣстроцвѣтна шума, витрината, която винаги изпреварва календара съ една седмица — ще стане въ скоро време известна. Едно просто нареждане на витрината, но което е сезоино, действува много по-силно, отколкото всѣко разкошно такова, за което никой не мисли. Първитѣ снежинки, падащи въ една витрина, ще принудятъ много хора да се спратъ и следъ това да продължатъ пжтя си съ опреснени мисли. Сезоното нареждане на витрината държи магазина винаги оживенъ. Той става известенъ, получава име и хората се оставятъ на него, като на ржководно лице въ модата.

Ако магазина има нѣколко витрини, целосъобразно е едната отъ тѣхъ да се употреби като „*витрина на деня*“. Последната трѣбва да се промѣня ежедневно. Тя ще има да излага или стоки съ особено низки цени или сезонни артикули, малко преди съответния сезонъ. Една подобна витрина предизвиква голѣмо любопитство. Вие ще можете да наблюдавате, какъ хора стоятъ предъ