

Macht DIE WERKSTATT stark

„Die Versandgeschäfte sind schuld!“ So heißt es von Zeit zu Zeit im Uhrenfachhandel, wenn die Umsätze sich nicht wunschgemäß entwickeln. Sternauge hat diese Methode des Rufes „Haltet den Dieb“ seit jeher abgelehnt und sich auf den Standpunkt gestellt, daß der Uhrenfachhändler und der Uhrenverkäufer wesentlich stärkere Mittel haben, um im Wettbewerb zu bestehen, als andere zum Sündenbock zu machen.

Die Werkstatt ist des Uhrenfachhändlers stärkster Teil. Das will aber richtig verstanden sein. Wenn der Fachhändler es versäumt, den Uhrenkunden über die notwendig enge Verknüpfung von Verkauf und Werkstatt aufzuklären, dann haben die anderen Uhren-Verkaufssysteme ein leichtes Spiel. Würde man diese Entwicklung zu Ende denken, dann würden zum Schluß die Versandgeschäfte und Warenhäuser die Uhren verkaufen, dem Uhrenfachgeschäft, das man dann allerdings kaum noch ein Geschäft nennen könnte, bliebe nichts anderes mehr übrig, als nur noch die Reparaturen zu besorgen.

Es wird nicht soweit kommen, dafür sorgt erstens die lückenlose Fachtreue von Uhrenfabriken wie die der Gebrüder Junghans A.G., zweitens werden diejenigen Käuferschichten niemals aussterben, die sich persönlich vom Fachmann beraten lassen wollen.

Beratung durch den Fachmann und gewissenhafte Werkstatt-Bedienung sind aber diejenigen beiden Faktoren, die das Uhrenfachgeschäft gegenüber jeglicher anderen Uhren-Vertriebsform so stark machen. Es gibt, wie Sternauge schon früher betonte, kein besseres Mittel zur



Sicherung des Umsatzes und zur Sicherung der Zukunft, als diese beiden Faktoren auszubauen und – das ist das Entscheidende – sie den Kunden in immer stärkerem Maße bewußt zu machen.

Sternauge begrüßt daher die Anregung einer Anzahl von Uhrenfachhändlern, in der Schrift „Sternauge blüht auf“ auch die Werkstatt zu Wort kommen zu lassen, denn was der Werkstatt dient, ist meist auch für das Verkaufsgespräch nützlich, und für die Werkstatt kann es nicht uninteressant sein, zu wissen, welche Werkstatt-Argumente im Verkauf wirksam sind.

Von der nächsten Nummer ab wird Sternauge auf der ersten und zweiten Seite immer ein interessantes Werkstatt-Thema behandeln, auf der dritten und vierten Seite wird der Verkauf zu seinem Recht kommen.

So geben sich beide die Hand zum gemeinsamen Wohle, beide wirken zusammen in der Förderung ihrer Berufsinteressen und in der Unterrichtung des Kunden; denn auf diesen kommt es letztlich an, er soll in immer stärkerem Maße erfahren, welch hohen Wert es für ihn hat, nicht nur bei der Wahl seiner Uhr richtig beraten, sondern auch von einer zuverlässig und schnell arbeitenden Werkstatt betreut zu werden.

Hochzeitsgratulanten SUCHEN EINE UHR

Das Brautpaar, das angeblich von sechs verschiedenen Verwandten und Bekannten zur Hochzeit je ein Likör-Service als Geschenk erhielt, dürfte wohl der Vergangenheit angehören. Man schenkt heute mit mehr Überlegung und versucht wenigstens, vorher Informationen einzuziehen, um das Richtige zu treffen.

Selbst wenn Onkel Ernst und die Kollegen im Büro sich in den Kopf gesetzt haben, auf ihrem Geschenk einer Uhr für das Brautpaar zu bestehen, kann diese Überraschung bei den jungen



Leuten die höchste Freude auslösen, wenn die einen eine geschmackvolle Büfettuhr, die anderen jedoch beispielsweise eine Junghans-Küchenuhr mit Kurzzeitmesser wählen.

Jedenfalls hat der Uhrenverkäufer besonders in diesen Frühlingstagen häufig Gelegenheit, Kunden zu beraten, die entweder für sich selbst oder für andere eine Uhr zur Hochzeit wünschen. Sternauge wird ihm dabei gerne beistehen und ihm helfen, die Kunden mit der eingekauften Uhr glücklich zu machen.

Wer die Wahl hat, hat die Qual Oftmals sind sich die Spender einer Hochzeitsgabe nicht so recht im klaren, welche Art von Uhr sie schenken sollen.

Auch diejenigen Kunden, die mit Bestimmtheit eine Küchenuhr oder Schreibtischuhr verlangen, wissen keineswegs immer genau, ob sie nicht mit einer Büfettuhr oder einer Wanduhr die Wünsche des Brautpaares besser treffen könnten. Der geschickte Verkäufer wird solche Zweifel seines Kunden bald erkennen und sie benutzen, um seine fachliche Beratung um so überzeugender ins Feld führen zu können.

Das Beratungsziel

Wie ein leuchtender Stern steht am Firmament der Verkaufskunst immer die Zufriedenheit des Kunden. Diese ist in jedem Falle – mögen die Wünsche sein, wie sie wollen – am besten gewährleistet mit der höheren Qualität.

„Ja“, wird da mancher Uhrenverkäufer fragen, „wie soll ich der höheren Qualität dienen, wenn sich der Käufer z.B. vorstellt, für DM 50,— bereits eine hochwertige Büfettuhr zu erhalten?“ Sternauge wird dem Verkäufer die richtige Antwort eingeben: „Wenn der verfügbare Betrag für eine Büfettuhr nicht ausreicht, dann wird eine andere Uhr, vielleicht eine Junghans-Lederetui-Uhr oder eine besonders leistungsfähige Küchenuhr, z.B. die Junghans-Signaltuhr mit Kurzzeitmesser als Hochzeitsgeschenk gewiß dankbar und freudig begrüßt werden.“

Diesen Rat kann der Uhrenverkäufer mit dem allerbesten Gewissen erteilen. Wenn er überzeugend vorgebracht wird, werden die Käufer gerne darauf eingehen. Denn wenn sie schon über den vorher geplanten Betrag von DM 50,— nicht hinausgehen wollen, dann haben sie wenigstens innerhalb dieser Grenze das Höchstmögliche an Qualität eingekauft, um ein Geschenk zu präsentieren oder selbst einen Gegenstand zu besitzen, mit dem sie Ehre einlegen werden.

„Das Geld gut angelegt“

Jeder Kauf ist auch heute noch ein Erlebnis und eine besondere Art von Aben-