

萬有文庫

第一集一千種

王雲五主編

店員須知

陳銘勳著

商務印書館發行





店員須知

陳銘勳著

商學小叢書

編主五雲王

庫文有萬

種千一集一第

知須員店

著勳銘陳

路山寶海上
館書印務商

者刷印兼行發

埠各及海上
館書印務商

所行發

版初月四年九十國民華中

究必印翻權作著有書此

The Complete Library

Edited by

Y. W. WONG

WHAT A SALESMAN OUGHT TO KNOW

By

M. H. ZUNG

THE COMMERCIAL PRESS, LTD.

Shanghai, China

1930

All Rights Reserved

店員須知目錄

第一章	商店售貨人職務之關係	一
第一節	商業販賣與事業上之部別	一
第二節	商店售貨人職務之緊要	二
第三節	售貨人有創造人類需要之魄力	三
第四節	文化增進與人類之需要	四
第五節	商學與商術	五
第六節	利達營業之意向	六
第七節	售貨人職務之研究法	七
第二章	近世販賣新法	一〇

第一節	販賣繁盛之原因	一〇
第二節	生意之來源與販賣機關分布法之必要	一一
第三節	製造家與消耗者中間所經之塗徑	一二
第四節	用廣告以革除中間人	一四
第五節	商業中間人之必要	一六
第三章	商店政策之變更	一七
第一節	老政策之不可行	一七
第二節	新政策之趨勢	一八
第四章	上級夥友之修養法	一八
第一節	個人品性上之要項	一八
第二節	自省力之價值	一九

第三節 品性之改進法……………二一

第四節 衛生與外貌……………二七

第五章 天性之研究……………三〇

第一節 知人智識之必要……………三〇

第二節 人類普通之等級……………三一

第六章 人類心理上之特質與交易之關係……………三四

第七章 商品之研究……………三六

第一節 商品上完全智識之重要……………三六

第二節 商品上智識之來源……………三七

第三節 破碎物品以研究之法……………三八

第四節 詢問他人以研究之法……………三九

第五節 知物品上之歷史……………三九

第六節 工廠之訪問……………四〇

第七節 得顧客之意見……………四〇

第八章 交易之次序……………四一

第一節 令人注意……………四一

第二節 起人興味……………四二

第三節 增加欲望……………四三

第四節 與主顧面談時之策略……………四三

第九章 交易上所經過之階級……………四四

第一節 交易之意義……………四四

第二節 多得顧客之預備……………四五

第三節 與顧客之會晤……………四六

第四節 表示法之意義及目的……………四八

第五節 交易上之收束……………四九

第六節 貨物折扣之弊害……………五一

第十章 貨品與職務……………五一

第一節 適當之貨物與適當之價值……………五二

第二節 廣告……………五三

第三節 廣告之撰述……………五三

第四節 登廣告於新聞紙之要點……………五四

第五節 通信廣告之利用……………五五

第六節	窗飾·····	五五
第七節	廣告牌·····	五六
第八節	廣告板·····	五六
第九節	傳單·····	五七
第十節	主顧姓名之利用·····	五七
第十一節	商店新聞之發刊·····	五七
第十一章	商略總論·····	五八
第一節	特別販賣之利益·····	五八
第二節	特別販賣之物品·····	五九
第三節	特別販賣利害上之比較·····	五九
第四節	商術之舉例·····	六〇

第十二章	零售賣貨人之職務	六二一
第一節	售貨人與僱主及顧客間之關係	六二二
第二節	成功之原因	六三三
第十三章	零售交易時之要點	六六六
第一節	顧客察看物品時可否急促其購買之問題	六六六
第二節	引導其主顧	六七七
第三節	物品上之談論	六七七
第四節	顯示貨物	六八八
第五節	細問主顧願出之價	六九九
第六節	交易上之誘引法	七〇〇
第七節	問語上之機智	七一七

第八節 物品之代替……………七四

第十四章 零販商店之雜論……………七二

第一節 暗號與定價籤條……………七二

第二節 顧客付款時之要點……………七三

第三節 換物問題之研究……………七三

第四節 對於顧客之回答……………七四

第五節 確實證明之必要……………七四

第六節 貨物之遞交……………七四

第七節 浮費之革除……………七五

店員須知

第一章 商店售貨人職務之關係

第一節 商業販賣與事業上之部別

無論何種商業。自大體言之。皆包含製造與販賣二大部分。我國舊說。別製造爲工業。然近世工業。無非爲商戰而起。故歐人皆歸納之於商業中。此外尙有第三者。爲記錄製造與販賣二部所經營之業務（卽司理出納之賬目）。雖範圍較小。而亦可爲獨立之一部分。此三者之中。自以記錄爲易。其餘則以製造爲較難。然今世歐美之實業家。均以製造爲較易於販售。蓋其工業發達。故云然也。且事實上亦有不可誣者。卽以報紙捲煙而論。每有一種新品出現。欲其流銷於市上。其經營之難。恆倍蓰於製造。是知販賣之道。實不可以不講。

第二節 商店售貨人職務之緊要

商店之競爭於市上。固當先求物品之精美。然工業發達而後。精美之物品既多。而經售者亦不止一家。往往有同一貨物。而此家滯銷。彼家暢銷者。故物品一經製造以後。其銷路之能否暢旺。與夫商店營業之盛衰。胥視一店中售貨人之手段如何而定。以常理言。似人生所欲需用之物品。自能求諸經售此項物品之商人。然有時人類或不自知其需要。或雖有此欲望。但未經他人說明。輒不自知其需用之急者。例如零售商店。常有某種物品。添購甚便。然於甫經售完之際。尚不自知。甚有不經他人勸購。竟不自覺者。卽如近年商務印書館所發售之金錢運送器。利用至便也。然商界多不知此項物品效用之大。是非待賣貨人之勸購不可。抑人類之慾望。常隨時勢而變遷。通常商品。如米布等。往往自能流通於市場。夫米布等爲人生所不可少。有不得不購之勢。自然需用商術之處較少。然欲使顧客集中於己肆。或研究何種貨品爲顧客所樂購。則仍不能脫離賣貨人職務之範圍。至消耗品之推銷。有賴於商術者尤重。蓋新出之品。利益較宏。而時勢變遷至速。有今年視爲新出品。至明歲而已。

爲陳舊者。例如今日汽車甚多。已不以爲奇。若在四五年前。則甚以爲異。故有十餘年前。極流行之品。今竟絕跡於市場。而新品早已代其位置者。又如新出之熱水壺。能使熱水之置其中者。保持溫度至二日之久。此在天氣寒冷之際。實爲人生需用甚般之品。然非有人勸購。使確知其效。則他人亦必茫然不知。是知凡百商業。非先由賣貨人行使其職務。竭力勸購。則銷路必無從推廣也。

第二節 售貨人有創造人類需要之魄力

昔時經商之法。不過以爲商人有貨求售。購者欲需用此物。彼此兩相需要。自達交換之目的。今日風氣閉塞之地。其商人所持之見。亦復如是。此天然之經商法也。惟近世新商家之售貨人。則不任天然而出以人爲。人爲者即售貨人對於商業。而達其職務上最高之目的也。售貨職務上之目的。乃助製造家行銷貨物。使顧客知某種物品。爲其所必需。並使顧客於購買以後。甚覺其滿意。例如人壽保險公司之被保者。其中自願投保之人。不過居其少數。其餘無非由售貨人吸引而來。然而孤兒寡婦。賴有保險公司合宜之營業。得以減少家庭中之困難。因而感謝公司。並以保險爲人生所不可少。

者。蓋不知凡幾也。卽此一端而論。則售貨人之職務。實能增進人類之需要。彰彰明矣。又如外國商店所流行之收銀器。此器初出時。實無人知其便利。全賴售貨人推銷之功效。竟使一般商人。棄絕舊法。購用新機。革除銀錢出入之弊害不少。而其功效遂以大彰。美國有一商店經理人。謂售去貨物雖多。而真心購去者實少。意蓋謂全由售貨人勸購之力也。然因貨物之利用多。而銷路大。售價亦以減輕。苟以暢銷之物品。僅限於少數之銷路。則其價值之昂。自非可以同日語矣。卽以通常物品論。苟一用新商術。使攜帶便利。外觀佳美。則推銷自必易於廣遠。此亦天然之定理也。

第四節 文化增進與人類之需要

文化進步。足以增進人民之需要。增高生活程度。且亦使人民趨向於奢侈之一途。然此趨於奢侈之弊害。不能歸咎於販賣人之職務。蓋近世之商業。乃欲革除無謂之輾轉經手。求顧客與生產者之愈接愈近。以減殺其售價。若夫奢侈之弊。則實出於公衆之趨向。無可如何者也。

第五節 商學與商術

晚近以來。歐美各國。研究商店售貨人之職務。認爲一種科學。雖交易之道。遠自數千年前。沿襲而來。然研究則自近世始也。大凡科學之所以成爲科學者。以能撮集公理與法則。有一定不易統駕全科之功能。而學術則爲研究一切事情。所以能合乎此項學理之故。人有盡其所職。成績至優。而不知其原理之何如者。上古時代。以物易物。雖本出自天性。而亦半由於經驗。其時交易之道。於生活上。尙不覺其重要。故即使有研究商學之能力。亦視爲不必研究。嗣後文化漸進。交易之道。乃日趨於繁重。從歷史上觀之。可知古人於學理上。雖未必透明。而其交易之術。固甚精也。

近世以來。工業日進。交通運輸日趨於便利。天津北平四川廣東之貨。銷售於滬上者。較前爲多。商學之重要。由是漸萌。商界之競爭。由是漸烈。經商方法之程度亦由是較高。百年以前。僅有經營舊商業之智識而已足用者。至於今日。則不能適應時勢之需求矣。故處今日之時世。欲求商業昌盛。非擇近世商學。爲商人所不可不知者。完全研究之不可。晚近以來。商戰益烈。苟仍用舊商術培植少年。

必致完全失其效力。近今大商店大工廠。每欲自設學校以教授人才。與以營業上必需之智識技能。皆以求合乎時勢之應用也。

第六節 利達營業之意向

所謂利達營業者。蓋謂一種物品之銷售。必於製造發行主顧三方面。各得其利。若利益僅及於販賣一方面。不得謂之善於經商之人。蓋製造者。能得其利。自然源源製造。販賣者。能得其利。自然樂於銷售。顧客購物以後。能得相當利益。則日後必能繼續往來。故售貨人能於一次交易。顧全三方面之利益。則不僅自身能盡其職。且足以固製造一方面之友誼。兼聯顧客一方面之感情。而商業發達之時機至矣。

人能研究實習經商之法。按照上述之意向。奉爲準則。其營業必較廣於常人。可知商業上需要學問之急。與他種職業相等。對於商品。必須熟悉消長情形。及如何出售之法。並應知主顧對於物品之評論如何。何者。應求改良。從各方面搜集必需研究之資料。由議論而趨於事實。對於主顧。應揣測

其意思。及其需要之物。並其身分財力。庶能投其所好。其於售貨人一方面。則自己之性情上。何者應加改革。何種習慣。應加養成。他如衛生之道。與一切商業繁盛之原理。皆不可不知。蓋吾人欲精通商略。則實習與學問不可偏廢。書報之記載。顧客之談論。並本身實習。皆為研究之要端。其次則用人之法。亦須注意。若自己納於軌則。並諳悉用人之法。則人自樂為我用。以聽其指揮。將來營業自有把握。不論其終身為人服務。或自創基業。或為立法家。或為演說家。要其能力皆足以起人之信仰。作他人之引導。為一種極高貴之人才。而一身成功之術。不外乎是矣。

第七節 售貨人職務之研究法

從前泰西舊學說。以為商人才能。出於天賦。非可以學而能。後有某商店之經理人極意陶冶人才。門下士之受其裁成者不少。因謂凡人欲判別人才之優劣。即不得不從事於教育。雖殊尤特出之士。有不藉學力自幼即具特能者。然教育之結果。亦正能以人定者勝天。無論何人。苟施以適當之教育。幾無一不收特種技能之效。如人之於音樂也。固有因生性所近。不待教授。而能撫弄自如者。然加

之以教育。則成效更有可觀。至於性質之不相近者。果施以教育。雖不能成爲名家。亦必自能入調。商店售貨人之職務。亦復如此。隨地留心。加以閱歷。固無人不可成才。而性質靈敏者。其效果每出於尋常之外。今日時代。商術一科。尚在幼稚。然日進不已。鵠的固不在遠也。

縱覽數千年來。凡商業界有名人物。綜其一生所以成功。靡不自數十年之經驗而來。然此有名人物。苟復加以商業上專門教育之助力。則其成功之大。又豈今日事業所能比擬乎。試一觀商場中。一般商人。其能熟諳商術。明乎售貨人之職務者。能有幾人。而資本不大之商店。於商術尤多昧昧。蓋資本之大者。尙可特設學校。專授夥友以營業上必需之智識技能。如商務印書館所設之商業補習學校。卽其例也。

每一商店所需用之人。其售貨者。必多於會計書記等職。但此種售貨人才。決非今日普通學校各科所能養成。歐美各國。亦至近年來。始有專授商店夥友職務一科之設。自設此科而後。歐美商業。絕塵而馳。今則此項課程。幾爲從事商業者。所不可不經之階級矣。蓋經營商業而缺乏適當之售貨人。譬猶動物之缺乏消化器。實爲營業發達上之絕大障礙也。

以今日吾國商界而論。各處商店。恆患不能得手段優巧之售貨人。然推其原因。固由於薪水之菲薄。而售貨人不先明其職務。素未增進其學識。則雖商店增加其薪水。親厚其情意。恐亦不能獲助。反是則其人之深於練習。長於才能者。其權利亦必增大。蓋按之酬報原理。果其人技巧純熟。固有待本人自行要求。而其地位資格。自能高出他人之上者。此等人物。有需用甚急之趨勢。商店主人自不薄於待遇。是則商夥無患店主之薄待。特患自待薄耳。

今欲學習售貨人之職務。其法不外下列四種。

(一) 對於商學上。爲有秩序之研究。

(二) 就大公司所設之商業專門學校。實地見習。

(三) 結交有經驗之人。與之談論。並讀有經驗人之著作。

(四) 從自己經驗中學來。

志望高大之人。常利用(一)(二)(三)諸項。盡其所能。悉心搜求。而第一項尤爲學習(三)(四)項之根基。人必先具常識。庶遇事易於領悟。且事理既明。則信仰之心自深。

第二章 近世販賣新法

第一節 販賣繁盛之原因

販賣繁盛之原因。未必全由賣貨人之效力。但賣貨人之才能學識。自屬販賣上緊要之一部分。故賣貨人之於他種原因。亦有不可不研究者。彼實有能力之賣貨人。不但以售出貨物遂畢其事。並對於各種物品應如何改良。如何投人所好。亦當時時提議。是以售貨人不可不知商業中緊要之原理。及販賣繁盛之原因。除於售貨時盡其職務外。其平時應注意之點。可列舉如左。

(一) 資本充足。並有適當之金融機關爲之周轉。

(二) 營業人之性質與技能。

(三) 營業之性質。及其發生之功績。與夫社會相需之情形。

(四) 營業之相當根據地。

(五) 營業機關之分布。

(六) 有效力之廣告。

(七) 對於物品之成本與盈虧有精密之計算。

(八) 利用窗飾陳列並各種紙牌廣告。

(九) 運貨交貨有簡便之方法。

(十) 進貨方法。

(十一) 用人支配之法。

(十二) 商業通信。

第二節 生意之來源與販賣機關分布法之必要

製造家無論何種貨物。一經製造以後。如何而能使顧客購買便利。乃不可不先行解決之一問題。雖顧客郵匯款項。直向製造家購買。未始非簡捷之一法。然此法究不能為常例。蓋一城之中。既有

某某商店。售賣甲工廠所出產之物品。彼顧客自不願以同一物品。再舍近取遠。由郵款購買也。雖有時乙工廠多登廣告。爭銷同一物品。致顧客紛紛向小商店詢購乙工廠之物。彼小商店亦或以多數人之詢購略備乙廠物品若干。以資酬應。然至此時彼乙工廠之物品。雖已開始銷售於一地。而其間爲同行爭去之利益。實已不少矣。何以故。蓋主顧既閱報而至商店問詢。而商店中之夥友。因未有乙貨出售。暫取甲種之物。說明種種優點。以迎合顧客者。亦常有之事。大抵製造家。多不能零星拆售。雖有時因顧客向零售店購買不便。或零售店不允代售。乃不得不出於郵款販賣之一法。然大多數之製造家。每不肯躬任販賣之事。自以各地販賣機關。爲推廣營業之要點。其廣告上所載。每多勸顧客向零售店購買。夫廣告之效力。雖極偉大。足以引起顧客之惠顧。然非顧客便於購買。則其廣告亦不能完全發生效力。世之商家。有甚注意於廣告。而不知分布販賣機關之法者。亦一缺點也。

第二節 製造家與消耗者中間所經之途徑

物品自製造家之製造。以至消耗者。其中間所經過之途徑。可約略述明如下。

(一) 製造家純粹以製造為業務。縱有時直接經售物品。而為數不多。

(二) 捐客、經理人、代售人等、助製造家分銷其貨於大主顧。或販賣家。有時此等人。有單獨包銷之權。

(三) 批發店以大宗貨物。再轉批於零售小商店。

(四) 零售店。雖有時

亦向廠家直接購辦。然以購

自批發店者為多。

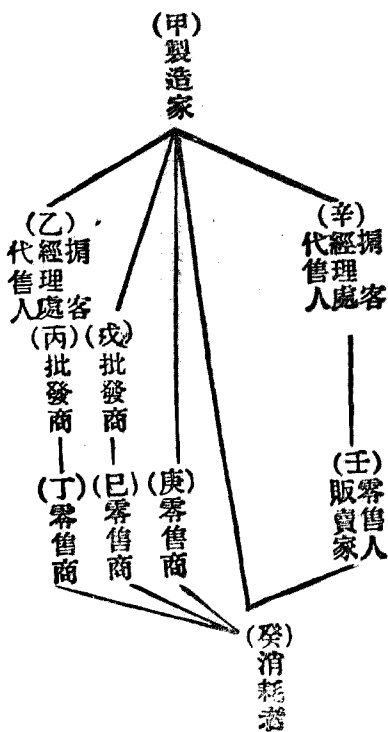
(五) 消耗者購自零

售店。或製造家。

凡購物品於製造家。用

以轉售於消耗人者皆為之

中間人。因轉折多而物品價



值之增漲。亦受影響不少。

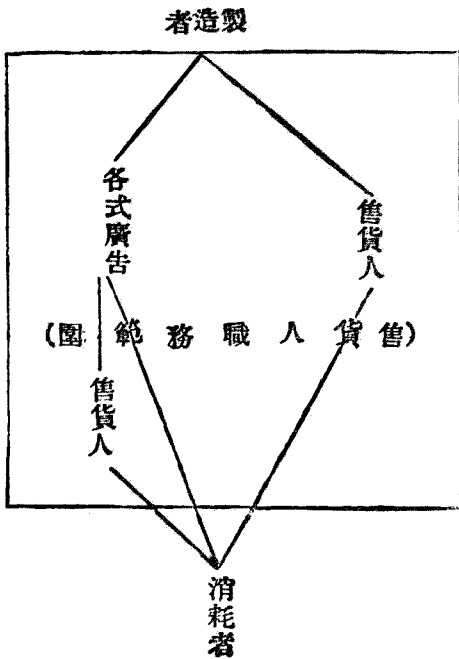
觀上圖。可知物品由製造廠以達於消耗者之手。其途不一。如（甲）與（癸）則製造家與消耗者直接交易。若（甲）（辛）（壬）（癸）則製造家與消耗者中間已經二度之轉手。若（甲）（乙）（丙）（丁）（癸）則三度轉手。惟有時製造家直接售與批發商。再由批發商售於零售。則可省乙項之經過。但若（甲）（戊）（己）（癸）中間亦經二次周折。惟（甲）（庚）（癸）則中間只一度轉折耳。大概不登廣告之物品。如棉、麵、粉、履、等物。其轉折必愈多。

第四節 用廣告以革除中間人

現今大多數之趨勢。恆樂用廣告以增進販路。並欲革除中間人之轉折。庶製造家與消費者間之徑路較短。價亦較廉。而銷路愈暢。然欲使顧客熟知物品之名目與功效。並為顧客圖便利。則廣告上必載明零售商店之地點牌號。如是則零售商對於主顧。遇有不湊手之物。亦應代為引導。使直向廠家購辦。減少周折。增進交易。則商業上所費之心力。較少矣。

若不登廣告之商家。則製造家必須另覓他法。如廉價。或式樣佳美。或物質精美。庶顧客亦有樂於詢購者。

閱第二圖。可知貨物由製造家以至消耗者間。其移動之行式。廣告實為一種媒介。故包括於商人職務之範圍以內。然有數種製造家。全恃人力以為推銷。不用廣告。如此則凡搢客。批發家。負販團。零售店等。皆為其商業發展之關係人。而其中一人及全體之宗旨。無不就職務範圍以內。以所造之貨品。移而至於消耗者。亦有數種製造家。全恃廣告之力量。則凡撰著有效力之廣告者。皆可謂之賣



貨人。然通常則僅謂之廣告員。是知商店中之售賣貨物。廣告與售貨人之力量。實兼而用之。

第五節 商業中間人之必要

凡百貨物。散諸不知誰何之人。然無不落諸消耗者之手。願欲消耗者。直接購諸生產者。則以情形過於複雜之故。勢每有所難能。今試就米、麥、棉而論。此項大宗物品。不得不往鄉間採購。中間自不能不經過掮客或他種人之手。其中雖有少數例外之情形。可由消耗者直接購諸農夫。然以事業及生活上之關係。勢不能驅大多數之人民。悉數用此簡單之法。則不得不有一種商業上之行爲。賴以分布此項物產。使人咸便於購用。雖然商業上之手續固如上述。而就吾人觀察。則亦極望其趨入簡單之法也。

近世經商之趨向。雖欲減少居間人之數。而亦不能視批發之店。爲全然可以革除。其中需賴其助力之處。亦自有不可免者。假如有一種瑣屑物品。尋常零售店購配甚少。若製造者欲與各處零售店。一一直接交易。則需人既衆。所費必鉅。且以少量之物品。運於遠處。將來收集另星賬款。亦頗不易。

若任批發家爲之。地段較近。不但可節省經費。而亦較爲利便矣。又如負販員僅販賣一種物品。奔走各處。其所售得之利益。恐尙不足以補其費用。製造家欲雇用一般售貨人。以與零售店直接交易。其情形亦無以異是。是則製造家當然宜以貨物售與批發店。使零售商向批發店購買。既省多雇售貨人之費。而批發店亦得藉以獲零售商之利益。彼此交受其益矣。

第三章 商店政策之變更

第一節 老政策之不可行

中國今日之商店。多不知信義二字爲何物。營私圖利。不問主顧購物以後。能否適合其用。故主顧之於購物。合用則已。尙不合意。則惟購物者獨受其害。開價又多不實。彼此糾纏許久。然後成交。議價之時。常故高其價。以欺生客。操術愈巧者。獲利愈多。品物不能更換。一經出門。尙不合主顧之意。卽爲主顧之不幸。如此情形。皆大悖於商學也。雖然當商業道德墮落之際。其中亦不乏誠實明理之商。

以信義爲重者。似亦不可一概埋沒之也。

第二節 新政策之趨勢

今日新商業政策。以謙和待客爲要務。物品須標一定之價值。不可因人而異。顧客有請求減少其價格者。則秉謙和之態度而告之曰。『敝店向不二價。敬請原諒。』物品出門。苟未經損壞。宜許其自由調換。外國商店。初行此法時。亦頗多損失。然今則已通行此例矣。蓋今日縱受損失。設他日主顧仍屢屢惠臨。必可回復其虧損。若以苛待固執爲能事。適以自阻其進步耳。

第四章 上級夥友之修養法

第一節 個人品性上之要項

商業之告成。有需於其品性上之要項甚多。蓋商人之品性。無異商業之資本。故何種品性爲夥

友所已具。何種爲所未具。何種品性應努力而發揚之。何種應決心以壓制之。皆於營業上至有關係。不可不自知之。而自勉之也。

美國前有一著名商人。嘗謂夥友。須具有康健、誠實、能幹、議論、機智、熱心、懇摯、定力、坦白諸德。並商業智識。方足稱爲完全夥友。今憑吾人觀察。則前九項。皆關係於個人修身之作用。惟最後智識一項。乃關係於營業。此外如個人之外觀。語言之技能。與善記憶諸端。雖未明白列入。要亦商人資格中所不可少。又有人專主張智識與信用者。以爲商業當首重信實。然其前提則在個人之品性。蓋人能研究自己之品性。改良己身之弱點。便足增進個人販賣之能力。質言之。能將自身何種特性。速自養成。何種劣性。速自裁抑。克己實行。雖最初之始。頗見困難。與他之優勝者較。每覺絕不相同。而其最後之成功。固可無大異也。

第二節 自省力之價值

個人之品性與自省力。極有關係。蓋自省力足以使人自知其錯誤所在。即改過之第一階級。人

無自省力。勢必爲自尊自大之人。不知過失。不知自歉。其所犯之過失。必一而再。再而三。因此缺點。營業上之損失。必當不少。此等人既過於自信。而其狀態之發現。往往以聲音顏色。拒人於千里之外。結果則被人棄絕。去不復顧。如此等人者。損失蓋不少矣。蓋彼既自以爲舉動言論。均無謬誤。勢必漸趨於傲慢。而不自知也。雖然彼對於主顧或同事之人。同時亦有以自省力太過。而趨於退怯者。僅知其短而不自覺其所長。亦不免有礙進步。而其救濟之法。大要可分二層。

(甲)自省力缺乏之救濟法 凡缺乏自省力者。救濟之道。第一須請他人代爲指明其缺點。而旁人之對於此等人。亦當切實指出其誤處。故商肆中發行經理等人。對於此等不知自省之人。當時時加以詰問。並告以錯誤之點。此於感情上。雖不甚相宜。然其人既缺乏自省力。往往自信爲一無錯失。不知改良以圖進步。則於營業上所關非細。而其人自身亦受害非細矣。又或經理人。不願時加督責。則爲商夥者。對於自己之有無過失。當隨時質證於經理人之前。或向素所心服而其人公平正直者。叩以治事是否合宜。求其切實指點。及既得其引導。自能漸趨光明一路。倘見他人有過失時。能不憚忠告善道。以救濟之。彼亦當感激不已。此蓋正真之友誼也。

(乙) 自省力太過之救濟法 凡自省力太過之人。以爲世界如是廣大。旁人觀察。何等周詳。時有不敢自慊之意。由是遇事多怛卻不前。然實際上旁人亦未必時加責備。但當勤治事務。以爲救濟之法。蓋人苟勤於事務。則以繁忙之故。只知熱心任事。或不暇一一顧慮。而其個人謹小慎微之品性。固自若也。然不至以怯餒而誤事矣。凡人苟知己之所短。刻意改良。此卽其人之長處。世人每多於任事之前。深慮己之品性。遠遜於他人。然及事既成就。成績獨優。則又不禁啞然自笑。始知前此自待之過薄矣。所難者內省力太過之人。每多所見不廣。且遇事輒自餒耳。若自量何種事務。願意擔任。並沈毅進行。期其成功。不爲內省力所束縛。如此自可療膽怯之病矣。

第二節 品性之改進法

美人弗蘭克林。常以一生所欲發達之品性。書於座右。隨時鑒察改良。蓋人將一己優劣之點。筆之於紙而省察之。實爲一種良法。然人鮮能自認其缺點之所在者。以爲當時所以有此缺點。實由於一時之疏忽。於是因自恕之一念。而無復改良之望。又有甘自暴棄之流。自以爲世界上。無論何人均

有成功之機會。惟自己則難以有望。此皆爲一時客氣所襲。因而獨形其軟弱也。試觀跳高之人。苟舉足之始。決心跳過。則終能達其所志。若自認萬難跳過。則真不能跳過矣。人欲改進自己之品性。亦猶是也。苟決心欲改進。斷無不成之理。惟品性與天然界。俱爲同一之公理。天然界中無兩物同時佔一種位置者。試以水一盆。置之桌上。若將盆中之水取出。則空氣必佔其位置。品性亦復猶是。苟欲除去惡劣之根性。必須有善良之品性。代其位置。譬如好飲酒博賭之人。欲其戒絕酒賭。萬不能不以他種事物。代爲消遣。否則不久即恢復其舊狀矣。故欲革除惡點。必先植其善良之品性。及通常商人所應具之才識。今擇其最要之點。分別詳言於後。

(一) 信用 智識、勇敢、信用、皆有相互之關係。人於某種事業有圓滿之智識。關於物品上者如原料之採購

製造方法及價目等關於職務上者如販賣及招待主顧方法同業所售物品優劣區別之要點等是也及勇敢者。即易得世人之信用。未有既具智識及

勇敢。而不能得人信用者。然欲圖事業成功。不僅於個人品格上。應有信用。即於事業上。亦當有信用。缺乏信用。當速奮力以圖得之。蓋無信用者。實足以證明治事才力之不足。人苟非確有成效可憑之事實。雖偶博一時之信用。恐亦未能持久。故吾人於職業上。必須具有專門之智識。始足爲勇敢與信

用之基礎。徒事空言。非所宜於競爭劇烈之時代也。

(二)熱心 熱心本乎智識與信用。凡熱心之人。常以己之所知者。傳之他人。以爲可樂。而其眉目神情。亦甚足感動他人。有時顧客。雖預備對於商店夥友有所辯論。而以夥友熱心勸導之故。每於不知不覺之間。自忘其所欲言。或且以爲夥友之見解。必可無誤。遂深信而不疑矣。是以熱心一端。實爲夥友與顧客討論時必需之一種德性。若夥友以冷淡之態度。與顧客交接。除顧客對於必需購用之物品外。勢必失其他項交易之效能矣。

(三)內力 人生向上之心。猶機器爐中之火。而內力則譬之於汽。人無內力。則雖有他種優點。未必能得豐厚之酬報。常人心理。視彼經營成功之人。必以爲可以優游度日。不須更勞操作。然其實則大誤也。彼商人支配其光陰。雖較之官吏等職業。稍爲自由。然亦須善用其光陰。若絕不留心。得有機會而不去招徠。以後縱欲招徠。亦不可得矣。

(四)堅性力 內力中最要之一事。曰堅性力。今既思得一事。以全力實行之。所最要者。惟堅忍而已。善良計畫之將近成功。而復歸失敗者。何止萬千。要皆以缺乏堅忍力。而放棄太速耳。夫明知

難得良善結果之事。原應早日脫離。以免徒耗光陰於無益。然試驗之時期太短。亦難確定一事之究竟如何。故人類決斷太速。亦一種缺點也。

(五)謙和 爲商人生產之一種。此種生產。不須資本。隨時可以獲利。蓋自己謙和。於金錢上一無所費。他人自然樂與接近。若商人而不自謙遜。不尊崇他人之權限與安適。一任己意以行。則將爲他人所鄙棄矣。世人能謙和者鮮。能真謙和者尤鮮。惟真能謙和之人。始克超逸羣衆。而爲他人所尊仰。彼於大庭廣衆之前。自詡謙和仁厚。非真能謙和仁厚也。凡謙和之人。對於他人之權限及感情上。必尊崇備至。勿使稍有侵犯。令其生不愉之感。抑謙和之態度與言語。不僅能洽衆情。亦所以顯一己之人格。前有美國某商人。嘗謂一身成功之原因。一半得力於御下之謙和。蓋我以謙往。彼以謙來。商人有此。自不患顧客之不源源而來也。

(六)自制力 自制力之價值。人人能知之。今所論者。乃如何而能制止一時之感情。人因他人一時之觸犯。怒不可遏。以圖報復者。此天下至易至常之事也。世間購物。主顧對於商店夥友。每有故意挑剔者。售貨之人。於此苟不能制止一時之感情。動輒與之爭論。則未免適墮其術中。而自絕其

交易矣。古人於制止憤怒之術。常數數目字如一二三四等字。以至於一二十。爲一時制憤計。實不失爲良法。其餘勸人止怒之格言尙多。言之匪艱。行之維艱。然果強制行之。數度以後。養成習慣。則以後行之自易。但自治力之功夫。不但在抑怒一端而已。其他若不潔之言語。怠懶。飲酒。意氣沮喪。諸惡德。皆在自制範圍之內也。

(七)善言語 善於經營之商人。必須善於言語。一語之出。須有目的。或當前誘導。或爲後來某事之伏線。徒事阿諛固非。妄投所好。亦未必卽能得其歡心也。人苟於業務上自信有素。復有豐富之學識。議論風生。引人入勝。似非難事。然苟不於語言之學。悉心研究。恐未必能適當也。

(八)善聆言語 善言之中。亦包括善聆人言之一端。但善言語尙易。而善聆言語則難。故善於言語者。似尙較多於善聆言語之人。爲夥友者。當仔細聽人之言。不但爲應酬之表面計。亦使於對答時。能有合宜之言語也。人於談論之際。察他人之對我是否傾心以聽。或僅似應酬。爲表面敷衍之計。固一望易知。但欲深悉他人所言之底蘊。一時似未易到耳。卽曉。是非多加練習不可。且商人交易之際。尤當察言觀色。以伺機宜。吾人談論。固不願他人之絕不注意。或已經談過之事。屢屢提出再問。

然顧客對於夥友如是。夥友卻不宜有厭惡心。必深察其所以然。適宜對付之也。

(九) 記憶力之價值 吾人欲希望經營成功。首當養成善於記憶之習慣。不僅於事務上。當記憶清楚。並對於與己曾交易之顧客。亦宜牢記。若曾有交易之主顧。一年以後。相見於某處。能趨前直呼其姓名。絕不狐疑者。其人必深爲快意。蓋通常之人。每以他人能記憶其姓名爲樂。以反面言。彼夥友若對於曾經見過之人。一時不能重憶其姓名。至欲與周旋而不得。豈非至不愉快之事乎。商人對於主顧。或論及舊事。或述及前此初見時之言語。彼此舊事重提。以表關懷之意。互增興趣。實亦交易上一大助力也。

(十) 記憶力之要則 欲增進記憶力。使不致忘卻。約有數法。(一) 對於應行記憶之事。設法使有深濃之趣味。(二) 稍費時日。將一事完全領悟於胸中。(三) 已經記憶之事。時加默誌溫習。其最簡單之法。莫如將緊要之事。隨時加以溫習。並增加或革新其所聯帶之事。此外尙有一法。將記憶之事。隨時用筆記出。亦甚屬有益。蓋身體上與心智上同時並用。足使記憶更深也。

如欲記憶姓名。須將姓名問明。不使有誤。同時亦更須辨明聲音。並即抄入姓名錄中。以便時加

溫習。惟記憶姓名。實較他事爲難。西人記憶姓名之法。常就個人一身奇異之點着想。如身材高短。外貌優劣。皮膚糙白。性情靜燥諸端。察其與姓字中之字。有無異同。有無可假借。以爲利用之處。

(十一) 夥友當具有理想上模範。凡人均不可不有一種理想所欲做到之人。並時時自省。何種品性爲自己所當有。亟思所以得之。古來有名之人。恆得力於企圖欲成何等人之一念。有此一念心中常存一模範人物。恍若有人能合種種己所稱美之優點。聚集之於一身。終年模效之。如是積漸以成名者。蓋不少矣。人者善於模效之一種動物也。當在襁褓之時。卽於不知不覺之間。效他人一舉一動。迨成人之後。模仿尤多。而常不自知。夫人雖不必事事模效他人。而夥友之應知他人所長。置諸胸中以圖模效。而日遷於善者。則必不可少之事也。

第四節 衛生與外貌

(一) 合宜之食量 世人每有飲食過量之習慣。在不知生理之人。每以多食爲美。不知胃中積食過多。使胃勞動過甚。而其結果。常若工作過度之機械。必有奔潰之一日。况賣貨之事務。屬於用

腦筋者居多。而事務之屬於腦筋上者。苟欲其大有應驗。必非饜養之徒。所能勝任。故人欲知身體上所需適當之燃料。及工作若何。不可不注意節食及食法之理論。其最宜力行者。節食以外尤在食物之咀嚼糜碎。吾國商家之速食一事。實爲一種弊害。商人盡力於經營。食物每囫圇吞下。或咀嚼不碎。此不但不合衛生。亦甚有害於營業。美國近有霍氏者。乃以勸人細嚼食物爲主張者也。由其一生及他人所經過之經驗。知爛嚼一事。確爲人生康健生力之原因。氏之主張。以爲人當僅食胃中需要之食量。食時須加以爛嚼。嚼至麵糊。然後與天生口津相混合。不待人之勉強嚥下。自有難以留住之勢。吾人每次咀嚼之次數。雖不能盡如霍氏之多。要之吾人當照平時咀嚼之次數。特多數次。以免積食之病。此法極易做行。

(二) 休息與頤養 人之以憂慮營念而死傷者。其數每超於過度工作之上。工作過度而死者一人。以憂悶致死者率常數十人。人生須藉身體之康強。故每日至少須有一次予身體及心智上以安寧之時間。然世人之勤奮作事。每多於入夜歸家以後。仍將日間事務。縈纏於胸中。甚或有侵入夢中者。如與一公司有關係之人。晚間返家以後。對於公司重事。鮮有能置之度外者。仍必竭力營謀。

之。此皆熱心過度所致。以實際言。大可不必如此。蓋商業上最好之策略。常出於偃居歡樂之時。故每日必當有數十分鐘之養息。使諸事脫離身外。令此心得接觸他種事件。稍有娛樂。或親友聚談。或歡宴一室。或求他種娛樂之法。務使其心超然物外。得有發生新主見之機會。世常有極煩擾之事。發生於日間。使身心不寧。然經一夜以後。次日對於其事。常覺較為寧靜者。故有人收到易於發怒之信件。每不於當日作覆。必至次日心寧意適之時。始徐徐作復。由是措詞和平。轉令險事化為易事。蓋晚間之休養。足以使人心意和平辦事明敏故也。

(三) 心智上之康健 我國書籍中。論及身心之關係者多矣。今雖不必深加討論。要之人當有愉快之心。對於事物。須具樂觀。必深信有善良之結果。然後趨事赴功。愈能耐久。此實為人生必不可少之醫藥。而其最要之處。則在有信仰力。能依正道而行。心中常覺快慰。世人謂身體上之疾病。多由心病而起。良不誣也。常有醫生對於某種疾病。不以藥物療治。但勸其遷地療養。或改易職業。一新其接觸。予以快樂之機。其後病者依法實行。效力果遠勝於藥物。今遠者不必論。即人生感覺中。如憤怒、嫉妬、恐怖、失望、諸情。苟有一端鬱結。必立即影響於胃臟之消化。他若恣情逞欲。或胸懷不快。一切

心智上之關係。皆不久而即影響於身體。無待他人論證而自明者也。

(四)外貌 古語謂衣服不能增人之價值。後人爲轉一語曰。人亦不能脫離衣服。蓋人與人交際。雖其品性言語。視衣服爲更要。而商業上之交際。當其迎面一見。而即印入腦筋者。要以衣裝爲尤深。蓋衣服與商業之成功與否。關係甚重。而其第一次之印像。於販賣上最有關係者。尤莫如有令人欣愛之狀態是也。持平而論。商人之衣服不能趨於極端。凡甫經發現流行之式樣。商人不必首爲倡導。而亦不必過於守舊。雖各人之趨好不同。而性喜守舊之人。服裝往往過於違俗。亦非所宜。然彼年少商人。又多爭奇炫異。衣服麗都。致一見爲人所驚。似亦商人所不應爲也。

第五章 天性之研究

第一節 知人智識之必要

欲營業發達。固賴夥友治事之可靠。但夥友對於商品。尤須有確切之智識。又其對於所交易之

人亦須有一種優美之智識。蓋夥友之於交易。須熟知主顧之性情如何。嗜好如何。然後易於成交。然具此智識者。能有幾人乎。卽或已經熟稔顧客之性情。而當交易開始之時。仍未能利用之者。亦比比然也。

今欲與向不熟識之顧客。設法使成一交易。此卽爲試驗夥友之機會。是以夥友欲了解來者係何等人。不可不先研究人類性情之種類。人能熟知自己之性情。其所知僅囿於個人也。若以自己之趨向嗜好。例之他人。嘖嘖然曰。他人之趨向嗜好。亦必如是。其能免於謬誤者幾希。性情也。年齡也。職業也。教育也。男女不同。並他種原因。皆各有其勢力。故爲夥友者。不得不就各人單獨研究之。今試就男女二人購帽一事。而論其趨向。有絕端不同者。男子恆喜式樣軒爽。女子恆喜式樣雅秀。然有時亦或一反恆情。可知其中區別至鉅。故夥友苟欲觀察得當。不可不審慎而研究之也。

第二節 人類普通之等級

人之種類。雖可廣爲分別。而人類性質。則以過於複雜之故。不能一一區分。但亦可略舉數種以

包括之。不必就人人單獨研究之也。千百人中。天然性情。自有相似之處。細微處縱有出入。要其大略。必無甚歧異。故夥友苟知人類普通之品性。斯對於突來之主顧。自可有迅速切近之對付。質言之。夥友當知人類性質可大別爲三。卽沈靜質。神經質。多血質是也。

一沈靜質 人類中之最易識別者爲沈靜質。一生謹慎而似多愁。非體重頸厚。卽面貌莊重。其穩慎熟思。卽於其言語態度舉動之中。也能窺見之。其心中感觸如何。旁人不易觀察。蓋以此類人不易感受外間情事。思想較爲遲緩。想像力亦不甚強。對於其所思慮之問題。每不輕於表建。苟與此種人交易。凡所欲言之事。當徐徐鄭重說明。關於緊要條件。亦不可草率略過。所幸者。沈靜人決斷較強。一經領悟其意思。卽能就此決斷。而決斷以後。苟非有別種意義。亦決不輕移其決案也。

二神經質 與沈靜質人絕對不相同者。神經質是也。此種人多軀幹細弱。面色淡白。有游移不定之態度。執此標準以爲觀察。卽易於辨識。至其思想則瞬息變動。夥友對於物品之言語。未滿十句。其人卽能逆料其全體大意。而繼續問價矣。往往有不及交易完畢。卽思歸返。另作別事者。又以習性草率。推論不詳。遇事往往有失其要旨者。方其與夥友談論時。或心注別事。或任意與夥友談論不關

營業之事。夥友與此項人交易。當精神貫注。集中於一時。並宜忍耐說明之。語言慎勿過長。只須提綱摘要足矣。

三多血質 處於神經與沈靜人之中間者。曰多血質。其一生性質。類多和愛懇摯。生氣勃勃。而又能細心推想。身體上不易描寫。蓋其特質雖現於態度。而又不易就外觀推測。其易於引起興味。而與之交易者。卻又易於誤會也。凡爲彼所投合之夥友。遇事雖可往訪。而亦不可屢屢往訪。其人有時心中憶及某事。不待交易完畢。卽匆促辭去。有經驗之夥友。往往先與成就交易。然後再旁及他事。此種主顧。每有特性。不易使之深信。然能察知夥友之熱心。及夥友對於物品確實可靠之宣言。其接人也不專恃聰明。故夥友對於此項主顧不可過事諛媚。與其用權術與機巧。不若待之以公平誠正。又此等人喜與稔熟之人交易。商店苟得其信用。卽可常常惠顧。惟以其處於沈靜與神經二者之間。常有不易明晰其性質之如何者。在商場中與此等人交易。有時或極易成功。而有時亦或最不易成功。是在夥友善於操縱之而已。

第六章 人類心理上之特質與交易之關係

吾人從事商業。於心理學雖不必有若何之研究。然於人類之特質。與商業上之有關係者。不可不知其大要。今述之於下。

(一) 好奇 好奇心。爲人人所有之通性。路上售物之人。有時口唱手演。獲利倍豐。此亦利用人類之好奇心。以惹人注意也。

(二) 好諛 喜諛惡直。亦人類之通性。故營業者雖無取卑鄙逢迎之惡習。要不可拂人之性。致商業上受無形之阻礙。假令有一主顧。偶聽甲乙二人彈琴。而評判其技之高下。謂某甲之彈奏較勝於某乙。此時夥友即可贊成其說。稱此主顧爲知音。於是此主顧必樂就之矣。蓋常人多喜人稱道其能。故成衣店之成衣匠。恆利用此點。極稱人身段之佳。配料之易。以引動人樂於惠顧之一念。

(三) 倣效 人爲天然善於倣效之一種動物。幼時倣效父母兄弟之舉動。以成其習慣。既長則雖稍隱藏。而終不能盡除。衣服店之夥友語主顧。必曰『此現今通行式樣。』主顧聞此語而購之。

亦以他人皆服用此式也。此雖未必盡人盲從。然人能自定意見。不依賴他人者。究屬少數。故善交易者。恆利用人類之倣效性。

(四) 貪得心 貪得心人人所有。孩提之童。見動心悅目之物。輒願得而有之。稍長而受教育。雖稍稍變革貪心。然此天性之留遺於無形者。固自有觸即發。商人大可利用之。蓋一般顧客。細審所購物品。其中儘有可以不購者。然及貨物入手之後。觀之而覺其精美。於是貪得心因之而起。不覺急欲購之矣。故商人能利用此點者。常以物品授諸顧客之手。務以興起其購買之觀念焉。

(五) 愛子之天性 爲人父母者。常喜其子女之外觀美麗。並願與子女以所愛悅之物。故藉孩提所喜好。及父母之愛子天性。亦可引成交易。商店售貨人。可將小孩所喜好之物。取置其手中。使之觀玩。如是則小孩既愛悅其物。父母卽代爲購取之矣。

(六) 外觀之利用 有人專注意於外貌。不論物品如何。均喜擇其外觀美者。此觀念凡服式或妝飾店均可利用之。而婦女尤富於此項思想。

(七) 自重心 常人常抱有一種觀念。以佩有某種物品爲榮。如帶金鋼鑽戒指者。其精神上

必時時以此爲榮。有此特點。商人可利用以售其可炫耀之物品。

第七章 商品之研究

第一節 商品上完全智識之重要

主顧購物。日趨於精明。駸駸乎有成爲一種技能之勢。向之商人。專以巧言令色爲能事者。今遇購物有經驗之主顧。亦不得不確認商品之研究。爲顛撲不破之要件矣。商人智識不備者。對於顧客疑問。或有所辯論之點。不能作合宜之解釋以答之。又安從維繫主顧乎。尋常商店。商業衰歇。主顧多去而之他。此亦一種原因也。

人之自命爲商人。欲以物品售人。而自己對於商品。先未具圓滿之智識。又安能引起他人之興趣。故商人之從事於商業也。當以研究商品。並具關於物品上一切之智識。爲劈頭第一要事。必先自具圓滿之智識。而對付主顧之際。復能以熱心之態度勸誘之。庶主顧皆爲感動。而商業得以日盛。昔

美國某種商業雜誌。曾述一軼事。今舉要如下。閱之可知商人對於物品。實不可無確切之智識。

某雜誌之言曰。有某客者。知檯桌之分量。與其價值有關係。因指一檯。詢店中人謂此檯約重幾何。乃店中人瞠目不能對。而又不加以秤量。主顧卽略舉其檯而謂之曰。其量頗重。蓋主顧所以發此一問者。實含有比較價值之意。特不明言耳。乃店中人漫不經心。致該主顧竟不顧而去。似此情形。苟店中人能確切回答之者。或能成就其交易。未可知也。

第二節 商品上智識之來源

商人對於商品上所應具之智識。通常可以下列諸端包括之。

一 物品之性質。 二 物品之歷史。及其製法與出產場所。 三 關於商品上之印刷品。 四 主顧所欲詢問或辯論之要點。 五 商場中相類物品競爭之情形。

總觀以上五端。未必能同時並用。且新出之品。既無印刷品可以研求。又無經驗人可爲顧問。亦有店中所售。僅屬職務（如轉運事業等）並無商品可言。是則不得不視爲例外。而別爲研究之矣。

研究商品。必先分析。所謂分析者。將物品詳細察閱而加以評論。物品有外觀平常。及一加細察。立見其優點者。如肥皂香料等品。不加細察。不見其特異之點。猶滴水於桌上。不見其分別。及以顯微鏡細窺之。則其中形形色色各有不同矣。又如棉花一物。在素無智識者。對於各種棉花。似無甚分別。然苟由有經驗者觀之。自可分其高低而別為等級矣。一商業如是。他種商業亦無不如是。惟是此類研究方法。亦不可過於瑣屑。例如購買一靴。未必即欲店中人。將製靴之歷史。及牛之如何產出。如何將皮取下。又用如何製法。而使之光滑。一一而推究之也。只須於皮質之堅韌與否。有以說明之可矣。

第二節 破碎物品以研究之法

有時欲研究物品之究竟如何。必須破碎一二件以實驗之。昔美國有某甲者。其友為皮鞋店之經理人。一日往訪。見其店夥正以刀剪割開一全新之皮靴。某甲驚奇不已。誤以為狂。後詢之經理人。始知此夥。正欲查考某工廠所造之貨。與其所稱述之優點是否相符。以便與之定貨耳。又有某成衣店主。欲使其店夥工作精勝於他店。乃擇店中做工最精之人。照店主身材。製衣一套。然後使店中諸

友碎其新衣。細察其製法。藉以如法仿製焉。

亦有不必要損壞原貨。而即可說明其優劣者。如打字機之類。若欲使店夥熟知其中構造。及諳悉裝配之法。祇須卸開其機器。指明機中優點。欲增顧客信用。此裝卸一法。固不可免也。

第四節 詢問他人以研究之法

物品非盡能破碎。亦有破碎而仍不能研究者。更進一層言之。如銀行等類。其所以供人之求者。乃職務。非商品。苟欲明晰其內部。自必用詢問他人之法。擇慣與交易之人。問其機體之優點。是否如此。藉以明其究竟焉。

第五節 知物品上之歷史

商人除知物品之性質以外。對於商品上有趣味之歷史。亦不可不稍知其大概。非欲以此一語之於來店之顧客。但有時與主顧興談及此。亦使其對於此項商品發生一種興趣也。

第六節 工廠之訪問

欲知物品之出產。及其製造之法。不可不逕往工廠。實地考察之。蓋製造之法。非親身目睹。斷不能對於主顧明其原委。商夥不明商品製造之法者多矣。其中亦有因工廠距離太遠不能往訪。遂安於固陋者。然在營業上頗有重要關係。為商店之經理人者。應隨時令其夥友。前往考察。否則為店夥者。亦當自行設法。以考查之。庶公私兩有裨益也。

第七節 得顧客之意見

商品之優劣。出之於製造者之口。不可謂為定論。出之於店夥之口。亦不可謂為定論。惟主顧之評論。乃可謂為定論。所以主顧之來店。對於所列各商品之意見何如。其於付款購物之先。所注意之點。在於何處。並因何而樂於購買。為店夥者。不可不研究之。商店之販賣女界用品者。當得女顧客之意見。販售農業用品者。當得農夫之意見。庶不致南轅北轍。而於貨物有改良之望。

第八章 交易之次序

商業交易。有不待主顧與店夥互相接觸。而一半已先成功者。如一顧客至商店欲購一帽。帽爲人生所必須。不待店夥之啓齒。而其注意及欲望。早已成立於顧客之胸中。然商人販賣之物品。有時主顧不知其需要之殷。游移觀望。商人對於此種主顧。卽當用下列之五種階級。以達其販賣之目的。

(一)令人注意。(二)起人興味。(三)增加欲願。(四)與顧客面談時之策略。

第一節 令人注意

商店物品。非先令人注意。無以開交易之端。是以下列諸法尙焉。

(一)陳列物品 通常商店。恆以物品陳列於窗中。外國商店。視窗中陳列之法。極爲重要。蓋有物而藏匿。縱極便宜合用。他人有所不知。惟一陳列。令人一望而知。自然易於引起購買之觀念矣。

(二) 利用熟人 常人一聞熟人稱頌某店物品之優。多信之而不疑。雖僅一語之褒。而其效力則甚大。商人如能多得交友。請其介紹推廣。實為至有效益之一事也。

(三) 利用詢問 顧客對於商品。如有所詢問。須知其所以致問及此。實於該商品已有所注意。店夥若進而與之討論。便可增加其興趣矣。

(四) 利用商品上之優點 利用商品優點而說明之。亦令人注意之一法。如云『君曾見質地精良如此品。而每箱僅售一元之價值者乎。』此語用以說明價廉物美之優點。最易惹人注意。樂與交易。

(五) 利用顧客之需要及感情 令人注意之法。有利用感情及人生欲望上之需要者。

第二節 起人興味

令人注意以後。即須隨之以起人興味。如在首飾店內。主顧遇見一戒指。似甚合意。店夥即不妨乘此機會。以戒指加於顧客之手。以明佩此戒指能增加無限之美觀。斯顧客購買之意自然更為切

近。昔美國有一保險公司。嘗請顧客之來店者。向該公司之醫生。一驗其身。該公司之出此。一方面固與營業有關。一方面實亦以引起客人之興趣耳。

第二節 增加欲望

人生五官及天性感。感情私心等項。商人均可用之。以增加各人之欲望。如販賣風琴之人。既得顧客之注意。便爲奏琴一曲。以快其意。斯顧客之欲望。自然更濃。蓋和悅之聲音。足使顧客聽官。聽之加樂。有不忍捨棄之概。又如經售地皮之人。知來人有購地之意思。而躊躇不決。遲遲未能進行。則此售地皮之經手人。卽當以購地造屋。如何便益。室家如何安樂等情。告之。務以增足其欲望而後已。

第四節 與主顧面談時之策略

經商如戰爭。一次交易。猶一次之戰爭。戰爭貴有事前之預備。非教練得宜。軍備充足。固不可以望勝。然亦賴臨時指揮之得宜。商人既得相當之教育。顧客之來如何應付。非習練成熟。安望能有成。

就乎。

第九章 交易上所經過之階級

第一節 交易之意義

所謂交易者。從商業一方面觀之。不過店夥與顧客相遇於一處。以雙方合意。互換物品而已。然其所經過之階級。有時雖甚屬簡單。有時則至為複雜。假如路上售報之人。高聲叫喊。行人如欲購之。授以代價而取其報紙。斯交易成矣。售報人不必細述報中所作何語。及何因而欲買報。蓋凡此種種。購者早已明之。故階級至為簡單。然商業事務。非盡如是簡單也。顧客進一商店。往往欲購某某貨物。而心未能決。又物品之陳列出售者。其效用與利便。顧客或未盡知。欲達以貨易銀之目的。其中所經之階級甚多。始自顧客有購買之興味。以至於實行。皆不可不一一研究之也。

第二節 多得顧客之預備

(一) 明察主顧之所在 商店中欲招徠顧客。當先明察何種人物。可招徠爲本店之主顧。有利用店夥之加入一種會社爲會友。藉以結交同社之人。以爲招徠者。又如木器傢具店。聞人建築新屋。卽以檯、凳、燈、鏡、裝飾諸品。前往兜售。服裝妝飾店。聞人婚嫁。卽兜售以衣服及裝飾諸品。售賣小孩服用器具店。聞人新生小孩。卽以應用諸品售之。凡此無不先機預察。以爲推廣之地步。蓋商店雖可用廣告之法。以吸引主顧。然其來店與否。全出於顧客方面之自由。舍此以外。欲廣招主顧。非先由商店派人兜售不爲功。零售商以多得未來主顧之姓名爲要務。而批發店則以多得零售店之店號爲要務。皆以廣其銷路也。

(二) 能知顧客姓名之利便 同一商人。同時訪一主顧。一則能直喚其姓名。如云某先生在。此否。一則不能逕舉其名。此不能舉其名者。足徵其並不與主顧熟識。則其感情之濃淡。自與能舉姓名者有異矣。

第二節 與顧客之會晤

商店既探得顧客有所作爲。而欲前往兜銷貨物。便當一訪其人。或逕赴其家。或往其辦事之處。均可臨時定奪。所要者。顧客如與他人談論之時。夥友不可逕行插入。須俟其講畢。然後徐徐進說。至時間。則以擇顧客公餘之暇爲最宜。

(一) 名刺之利用 我國舊日習慣。訪友並不用名刺。僅口頭傳述。『稱現有某人欲訪某君。』此簡單之法。欲以推行於今日事務繁忙之主顧。勢有不能。故不得利用名刺。名刺上所刊之事實。不可過多。除姓名及何處來歷外。其餘不必多刊。以所訪之主人。倘早知夥友所以來訪之故。或不免託詞不見也。

營業較大之商店。有印成之格式。可臨時將自己姓名與所欲探訪之人。一一填明。售貨人如欲將自己名片。相隨附入。亦無不可。

(二) 對於主顧之寒暄 西洋人於二人相遇之際。以握手爲禮。我國尙不多見。然對於主顧。

必須先作數寒暄語。以爲談論交易之引導。惟其語卻至不易。吾人今日尙不能確定何種寒暄語爲最適當。蓋如何語法。並無一定規則。然其所引用之材料。不外各就所遇之情形。隨機應變以爲媒介耳。

(三)談論時之地位 售貨人欲探訪主顧之際。如見主顧背己而坐。正在有事。不見售貨人之走入。不起立相迎。此時售貨人祇可忍耐稍待。不可驟行驚擾。以惹其厭。至售貨人或坐或立。則可臨時定奪。然總以靜候爲宜。非奉命而坐。則不坐。此亦令人生易於交接心之一法也。售貨人既坐定以後。卽須直談商業上之事。踞坐或躺臥。均非所宜。如不欲坐譚。則身體挺立。姿勢端直。動作自如。務以不令人生厭爲宜。

(四)使主顧傾耳以聽 主顧處於中立。或不甚樂從之時。如何能使其傾耳以聽。決計以從此爲售貨人亟應研究之一問題。是時空論閑談。爲主顧所不喜者。均須避之。若售貨人能知何者爲主顧所喜。或主顧正在設法以圖成某事之際。售貨人卽可提及某事。以爲介紹。蓋凡人對於能明其心事之人。多願引爲知己也。

又使人羞怒。或引用欺騙之語。當所謹避。詼諧之語。間可用之以增趣味。然對於事務繁忙之人。卻不可多用。以免空耗時間也。

第四節 表示法之意義及目的

所謂表示法。蓋用例證或演技。以解用一種物品者。此為交易中最要之一法。蓋售貨人之口述一切。雖至屬重要。然苟能加以例證。則口說之效。益可加增十倍。譬如購布於布莊。店中夥友。將捆成之貨。放在旁邊。但云此貨如何美觀。服後如何適體。種種空言。不若將布解開。展布於顧客膝上。或其臂上。使顧客一審其如何美觀。然後將貨交於顧客。使其自行觀察之為愈也。

用口辯以動顧客者。全賴其說詞之巧妙。與夫解釋之清楚。然苟使顧客一察其實物之作用。則顧客之信心與欲望。豈不因此而增進乎。販賣糖果之零售商。恆先以糖果與人。令入口嘗試。販賣刀劍利器者。恆用以割物。蓋皆表示法之一種也。

此表示法。不但能釋明物品之用途。並足引起顧客之興趣。使其樂於購買。凡顧客之疑問。及種

種不明之處。或其他對於品物不信仰之觀念。售貨人皆當於此時正式回答以釋明之。以去其疑惑。雖然物品之可以用表示法者。不但機器食品與綢緞布疋而已。其餘各種商品。殆無不可用之。特物品既異。斯各種表示之法。亦各有不同耳。

由上觀之。表示法之目的。大要可分爲二種。

- (一) 以釋明物品之性質。及其功用。
- (二) 以釋明購買以後。有何種效益。

第五節 交易上之收束

(一) 收束之時機 交易上之收束。倘遇主顧樂於購買之時。固至爲便易。然有時亦至覺困難。至有第一次遣出之夥友不能勝任。而第二次再遣程度較優之夥友者。欲收束得宜。售貨人方面。須於適當之時。卽停止其表示法。昔聞人述開會勸捐一事。今錄之以供閱者。蓋似異而實同也。「某會欲開會勸募捐款。演說員某。始上台時。措詞激昂。動人聽聞。某君聞之。初擬捐洋十元。此時人心感

動聞者多鼓掌。而某猶繼續演說。聽者熱度遂逐漸減少。某君僅捐一元。亦有分文不捐者。』

商業上之情形無異於是。苟夥友之口述及表示。已能生顧客之信心。夥友於此時。即須預備收束。至此時機之在何時。似難以言語明定。全恃夥友之默察。即有時夥友所欲言之事。未達一半。而時機已至。亦即可以收束。彼多言冗贅。未免反令人生疑也。

(二)收束之方法 收束之方法。亦頗有差異。如保險商見顧客已有保險之心。即可立將報名單交其填注。以免顧客改變其趨向。至他種商業。凡見顧客有購買心。即可將定單、筆硯等。置諸顧客之前。顧客見定單、筆、墨之近在身邊。有時不待夥友之要求。即自行填下矣。

定單以文字簡單。填注便利為最妙。若條款不得不多。則僅可擇列最要緊之數條。並將可以填明之條款先行填明。臨時只須將簽名之處。指示主顧。便可省許多周折。如見主顧尚在游移。夥友可將不甚緊要之條款。先行填注。留其緊要者。隨後商酌亦可。

(三)收束語之舉例 收束之時。顧客倘仍有不決之態度。不可不用數句激勵語。以促成之。今舉數例如下。

- (一) 『足下如能於今日定購。則下星期一即可應用。』
- (二) 『敝店工廠。下月起將大爲忙碌。足下如能刻下定購。則物料一切。可益爲精美。』
- (三) 『物料精美如此者。所存無多。後來出貨。恐不能及此。如能於今日購之。最爲便宜。』
- (四) 『如能於今日決心購之。可省以後枉顧之勞。』

第六節 貨物折扣之弊害

普通商店。於購物之際。常能照貨物所定之價。減去若干。是謂折扣。原夫貨價所以有減少折扣之例。本利用人類愛惜錢財之心。以促成其交易。故有時用之。至有效益。然使貨物之折扣。大小不一。主顧不明折扣之理由。則主顧一方面。常望減之又減。且或望更遲數月。價值可以尤廉。因而遲遲不購。致商店營業受其影響。爲商業發達計。以能維持物品之價值。使一定不易。最爲妥善。

第十章 貨品與職務

第一節 適當之貨物與適當之價值

商業繁盛。雖恃乎夥友之善於經營。然其貨物及價值之是否適當。亦爲商業盛衰之一大關鍵。假令今有一店。於其所販商品。皆不合於當地人士之需要。縱鋪張極精美。招徠極殷懃。恐亦斷難發達。且零售商店。尤須注意於當地之名譽。此名譽之購得。全恃乎物品及價值之適乎一地之需用。使一般顧客用之而不訾其貨之窳。購之而不嫌其價之高。則其商業自蒸蒸日上。獲利可操左券矣。廣告之效用。雖足使四方人士。遠道一臨其店。然使顧客至店。而對於物品與價值不能合意。則廣告即失其效力。所謂適當之價值。與適當之貨物者。全視一店之位置及店之大小爲斷。今使設店於三家村中。則其銷售之物品。必與通商巨埠。大相懸殊。大凡資本少而貨物週轉靈活。尤爲零售獲利之捷徑。其所以得免於淘汰者。在於存貨之不多。是以零售店。宜注意於轉移敏捷。貨物不致擱滯。乃爲最要耳。

第二節 廣告

我國今日之商家。能利用廣告者甚鮮。雖一二巨肆。立於通商大埠者。時常登載。可以動人之廣告。以爲招徠。然其餘較小之商店。所登廣告。多半不堪入目。推其故。皆由於撰廣告者之無學識。有以致之。蓋廣告既藉新聞紙或他種媒介物。以佈告於人。使知該店貨物之美。定價之廉。則撰廣告者。不可無引人注意之點。若以不學無識者任意爲之。或故意造作之文字。必失其效力也。

第三節 廣告之撰述

內地城市。市廛狹小。戶口不繁。一店之設。全城無不知之。此等店鋪。若在本埠新聞紙上。登廣告以示人曰。『本公司貨多價廉』。不但呆木無味。登與不登等。且適示人以作僞之嫌疑。顧客未必因此廣告。卽臨其店也。所以一店之中。如有新貨進店。或將存貨趕銷。務須有式樣新奇。文字動目之撰述。四處分布。一若顧客之親臨其店。而見其貨物者。店中夥友。若有文字流暢。足以表物品之長者。代

爲撰述。乃至爲相宜。以店夥恆能深知物品之優點。措詞易於動聽。且亦藉此可以研究吸引主顧之方法。苟其店而無此種相當之人。則必須請人代撰。然於撰述之先。必須深知物品性質之優劣。價值之高低。及如何合用之處。始能發揮適當耳。

第四節 登廣告於新聞紙之要點

普通廣告。以登於新聞紙者爲多。尋常每以節省告白費之故。力求縮小。此固經濟上所必不能免之事。然既縮小地位。則其作用究不如佔大地位者之容易動目也。故地位寬大之廣告。可稍列物品名目。若地位既小。欲於有限之位置上。不多用字。而又得最好之效果。自不可不注意於撰述之要點。

登小廣告最適當之法。一種廣告只登一種物品。但其同類之物品中。何種應登廣告。何種可以不登。此全恃撰廣告人之裁決。中國商店所登之廣告。往往登數十種物品於一處。若論其地位之大小。在理祇可登數種物品。然登者不顧也。此實一謬誤之點。又登廣告者。不可貪一種報紙告白費之

低廉。卽以爲合算。須知登費廉者。其報紙銷路必不廣。從經濟上觀察之。反不如登費貴而銷路廣之。報紙爲於商務有益。蓋銷路大。則登費雖昂。而效力自大。又廣告既登以後。效力如何。登廣告者。不可不深自察之。庶不致虛擲金錢耳。

第五節 通信廣告之利用

外國商店。有用通信廣告者。效果亦殊宏大。其法。平時先將顧客之姓名及通信處。於購物時。一問明記出。嗣後遇有新貨出售。卽印成書信式之廣告。分寄各主顧。

第六節 窗飾

昔有一美商問於零售商曰。『假使有人令君於諸色廣告中。任擇一種。而擯棄他種廣告於不用。則君將擇何種廣告乎。』中有十分之九。皆願用窗飾。誠以窗飾引起路人之趣味。增進商業。其重要蓋無疑義。然每有據四通八達之衝。高樓廣廈之肆。而仍不能利用其機會者。良可惜也。我國商店。

對於物品無論店內窗前。絕不陳列於外。顧客茫然不知其所售之物品如何。如滬地碗肆。日商則陳列滿窗。大書廉價。每件貨物上標明價值。而購者常充塞店中。至本國碗商。則積貯室中。顧客亦寥寥。是所急應改良者也。

第七節 廣告牌

廣告牌用厚紙版製之。不論印刷與手寫。其性質均為廣告之一種。置在店堂或陳列櫥內。皆足以引人注意。在店內者。猶一指導之人。使顧客知有何種物品出售。價值若干。自然不必再勞詢問。文字須極簡明清晰。彩色不可過多。並宜利用新發生之事。以引人注意。反之若無意識之圖畫。如出於孩童所繪。則無謂之甚。不如不用之愈也。

第八節 廣告板

置於店之門首。性質與廣告牌相近。有用黑板之木架。書以白字。或以紙貼於板上者。然不論其

製法如何。必置於公衆最易注目之地。取天時人事之與店中商業有關者爲資料。務以引動人之心目爲要。

第九節 傳單

商店營業。有全恃一地方之主顧。而當地並無報紙。不能以新聞紙爲廣告者。於是可以傳單爲廣告。使人分送各家。或郵寄。或隨物附送。則其費稍省。而亦可以大收實效。

第十節 主顧姓名之利用

零售商店。須確知本店主顧之姓名。記於一處。以後遇有新到貨物。即可隨時通知。或贈送樣品。蓋主顧以購某貨物而至店。店中夥友苟善於營業者。即可誘其兼購他物。顧客去後。仍可以通信之法。報告店中出品。所以聯絡情誼。而廣交易也。

第十一節 商店新聞之發刊

營業較大之商店中。可仿新聞紙之式。刊行商店新聞。述明於一定日期內。將出售何種貨物。並如何出售之法。及其價值。凡新到物品。一概列之。以之分送各界。亦足以代新聞紙廣告之用。

第十一章 商略總論

第一節 特別販賣之利益

世間商人。厚積其資本。能將一季或一年應銷去之貨物。延擱至於下季或次年者。蓋不多得也。是以貨物不能存積過久。既不能存積。於是特別販賣之法。法將所有存貨。照本或稍加利息以售去之。此種販賣法。苟善用之。利益甚多。蓋許多顧客。初僅因購特別廉價之物而至。繼即成爲常主顧。緣是可以在一季之中。或一年之末。將固有物品變爲流動資本。且以特別販賣之故。使一店之名譽。咸印於公衆之腦筋中。無形中之利益蓋不少也。

當特別販賣之際。窗飾陳列。均須與所登之廣告。彼此呼應。是時店中夥友。尤須熱心任事。與廣

告所稱揚者。不相背馳。對於店中各事物。尤須無隔膜之弊。若重要之特別販賣。應先登廣告。或發傳單。此項廣告與傳單。如於每包貨物。離店之時。隨包附入。更爲有效。

第二節 特別販賣之物品

特別販賣者。大概皆係廉價販賣。廣告上之宣言。雖用週年紀念。或別種贈彩等名目。而最要之宗旨。則在以稍低之價值。售去其即欲脫手之貨。或將可以銷售之貨。暫時廉價。爲後來推銷地步。或因進價本廉。雖較市價略賤。尙可獲利。要之賤售之物品。定價既低。商店之獲利必較稀少。故商店不能僅恃此法。以爲開支。其所利用者。無非乘多數顧客來店之機會。以銷售其他種未曾減價之物品耳。

第三節 特別販賣利害上之比較

特別販賣之廣告。有令人特別注意之效用。顧客之見此廣告而來店購買者。亦較他種廣告爲

速。故善用之。於短促之時期內。未始不可收特別之效益。

然賤售之時機過多。亦有弊害。顧客之吸引而來者。均懷廉價之觀念。無繼續購買之意思。其心常注射於店中利益較少之減價貨。而於店中所恃以賺利之物品。反無人問津。安能持久乎。

故特別販賣上所最要之目的。乃在以賤售之名。吸引顧客。而售以未曾減價之物品。換言之。在使一店聲名較廣。兼使人對於該店有價值較廉之思想。如是則中等社會。一有需用。即赴其店。營業可由是而盛矣。

第四節 商術之舉例

零售店販賣之法。不第以步趨他人爲能事。尤宜用新奇較妙之法。雖一方面當謹慎其事。以免惹人之嫌惡。而亦不可因此遂屏棄一切新法。以阻其商業之發展。蓋凡一種新商術。其能吸引人之注意而增廣其銷路者。必較舊法之勢力爲大。今將東西洋通常所行之方法。略舉數例如下。

(一) 贈彩販賣法 於一定時期內。凡顧客之至店購貨者。或特別減價。或於其應得之物品

外。贈以他種價值相當之貨物。亦有用抽籤之法。任顧客抽取。照抽得之物。卽以贈之主顧者。

(二) 慈善販賣法 將商品售價百分之幾。捐助於某種慈善事業。或於一定時期內。將售價全數捐助。此種販賣。尤賴慈善團之辦理人。代爲鼓吹。庶收效更廣。

(三) 五角或一元販賣法 所謂五角或一元販賣者。將店中所有值五角或一元之貨。或較五角一元之值稍多者。盡置在一處。盡售五角或一元。乘此機會。可將所有存貨。稍賤售去。

照此類推。亦可行五分或一角販賣之法。日本歐美。有所謂五分店或一角店者。惟中國尙未行之。

(四) 一時間之販賣法 某種貨品。定每日一小時內。可以賤售。過此時間。則仍照原價。通常商店行此法者。每於第一點鐘內。賤售甲種物品。第二點鐘。則賤售乙種物品。

(五) 季節販賣法 商店每逢一季完結之際。所有售剩式樣不合。或貨物過陳舊者。可賤價售去。以免延擱。

(六) 物品分送販賣法 昔美國一商店。存有手巾數百打。急欲銷脫。乃將其中數打。登以廣

告分送於各老主顧。未幾諸主顧紛紛來購。此項存貨頓行銷盡。反覺其不敷矣。

(七) 商術上之協助法 美國昔有一城。城中商店互相聯絡。凡二十里或三十里內。鄉間人士之來城購貨於其團體中之商店者。滿若干以上之價額。即代付其旅費若干。惟此種辦法。須互相聯絡協助。乃可收益。

第十二章 零售賣貨人之職務

第一節 售貨人與僱主及顧客間之關係

零售商店之售貨人。以售賣貨物爲其職務。其與主顧交易之機。較多於他種商人。如會計等職然售貨人。每不自知其職務之緊要。所以然者。其故約有二端。(一) 由商店中人。多未受相當教育。不明其職務之所在。(二) 由於賣貨人與僱主及主顧之地位不明。因是而更起二種疑問。

(一) 以售貨人爲店主之僕役。謂售貨人祇應籌思店主個人之利益。此種謬誤。每以待之太

薄。引起被雇者之反抗。

(二) 以售貨人爲服事主顧而設。謂售貨人乃顧客之僕役。此種主見。易使售貨人陷於諛媚。否則或仇視主顧。然此二者皆非事實也。正當言之。賣貨人之職務。乃處於店主與主顧兩方之中間。賴以成就其交易。凡貨物必經過其手。然後雙方各得所欲。不啻公益之一種。店主苟存此觀念。庶商店之營業盛。主顧之接待周。而售貨人之待遇亦得稍厚矣。是以售貨人苟能勤勞其業務。改進自己之習慣。所裨益於本身者。實更多於其僱主也。

第二節 成功之原因

(一) 服式 商人之服式。以清潔樸素爲主。不應趨效時世。競尙新式。凡種種奇異之服式。爲商人所不相宜者。皆當棄絕之。

(二) 和悅之聲音 售貨人苟有天賦和婉之聲音。與婉轉之論調。亦卽有天然之酬報。若無此天賦之能力。亦當不憚勞苦。注意養成之。蓋和悅之語言。最足動人注意。引入人耳。易言之。凡作粗

暴不入耳之語言。亦必自有相當之結果。然所謂和悅之聲音。非必以多言爲尙。亦視乎其言之得當與否而已。又聲音過大。口齒不清等。亦於言語頗有妨礙。

(三)謙和 凡人之初入商店。往往以他人之開罪。易失其謙和之性。顧客之中亦有洶洶而來。若故意尋釁然者。斯時售貨人。若失其謙和之性。即未免適墮其術中。故商人當注意謙和。認明吾人之所以入商店服務。實爲店主與顧客之居間人。初非欲與世人爭論而來。萬不宜有粗暴之性情。與怨恨他人之禮貌。切須平心靜氣。養爲有用之才。助世間有益事務之進行。商店夥友之以謙和爲政策者。營業自易於發達。即於售貨各人身體上之康健。亦大有裨益也。

(四)服從規則 售貨人當絕對服從一店之規則。在範圍廣大之商店。備於其中者。無慮數千百人。所施行之規則。未必盡合於少數人之意思。故夥友在一店之中。當深知規則非爲一人而設。更非爲桎梏吾人之辦事而設。類皆幾經審度。積許多經驗而來。其目的。無非欲求事業之易於成就耳。苟能了解此設置規則之宗旨。則履行之者。自不覺其繁苦。而樂於遵守。且亦深望他人之共同遵守矣。

(五) 服從規訓。商業事務繁多。各人舉動之不合者。不能不有以糾正之。爲商夥者。當虛心納人規戒。對於上級職員。如欲解明一己所以有此錯誤之點。亦應婉轉其詞。不可稍存怨懟。

(六) 公私利益之界限。人既離棄室家。以經營商業。在辦事時間。即當棄絕一切私人事務。及個人之快樂。以全副精神。經營商業。若精神不壹。則辦事不能謹慎。而失敗之源。即伏其中矣。蓋人既擔任職務。而復分心於私事。即無意在營業上用心。因而結納損友。致增其累者多矣。然亦非謂經商者可不顧私事。全然拒絕商場中所應結識之友之謂也。特謂私人事務。不當於辦事時間處理之耳。

(七) 態度上之錯誤。態度上之錯誤。普通所發現於商店中者。約述如下。

(一) 注視別處。不注意來店之顧客。

(二) 夥友凝立於店堂後面。或談論。或作事。並不立即迎接主顧。

(三) 謔浪笑傲。或互相爭執。嘵嘵不休。

(四) 當與顧客交易之時。仍與他夥友談笑。

(五) 偽示謙卑。或任意取笑顧客。惹人憤怒。

(六) 雖有謙和意氣。而精神全不貫注。

(七) 修指甲。理頭髮。或口中嚼物。及不以合禮之法。應酬主顧。

(八) 顧客有問。而心神注於他處。或遠路喊叫。草率回答。

第十三章 零售交易時之要點

第一節 顧客察看物品時可否急促其購買之問題

顧客察看物品時。可否請其購買。為零售店所應研究之問題。通常商店。對此問題。可分二種觀念。一種商店。於主顧察看之際。絕對不加干涉。使其有自由審擇之機會。一種商店。則於顧客未經定奪之先。即促其購買。致主顧因選擇未愜。不成交易者。亦往往而有。然於主顧入店之時。如第一種所云。固較合宜。但夥友如呆立不動。不表歡迎之誠意。亦不可謂無礙於營業。故最善之法。須先任顧客

審視而竭誠接待之。夥友此時宜先問顧客。欲觀何種貨物。大小如何。須多取出否。然後請其詳審察視。並講解其用處之何宜。如此則顧客可自由選擇。不致踟促。而有所忤。交易乃易於成就矣。

第二節 引導其主顧

如主顧於進店之時。並未能決定欲購何種物品。店夥於此時。可一顯其經營之手段。當表示樂於服侍主顧之誠心。可將種種貨物。一一交主顧閱看。不稍厭倦。並設問以探主顧之心意。及其所欲購買之物。如能探得顧客之要旨。揣想店中何物。可投合其意見。即將此貨物交主顧閱看可矣。

『敝店適有閣下所樂購之物』一語。常為店夥所藉以介紹貨物。並以娛樂主顧之心意。有此懇摯之語。而復濟之以不倦。商業自然日盛矣。

第三節 物品上之談論

商店夥友。可任擇一種物品。以與主顧相談論。今舉一例。為購手套時所語。

「君欲如何大小。余可代爲選出。此種手套。用之甚爲精美。且價值甚低。原價一元四角。今售一元。凡購白手套。須以容易洗淨者爲佳。此種手套。洗之甚易。指長若干。適合否。不合可任意選擇。」處此地位。若遇不善交易之夥友。非呆立無言。卽投以不甚入耳之語。如云「君欲購此手套乎」等類。或其態度若輕視該主顧。以爲不能購買優物者。此種人物。於營業上有害而無益也。

第四節 顯示貨物

「顯示貨物。」此一語爲美國一店主。勸告其夥友之語。該店主。並謂「如主顧欲購絲線等類。不必詳問其種類如何。及價約若干。只將物品顯出。然後再問主顧之意思。倘主顧欲購綠色。不問其何種綠色。深淺如何。卽將所有綠色之貨。交與主顧閱看。斯時主顧。欲購何種貨物。及顏色如何。當場自能明瞭矣。」店夥於各種貨物顯示之際。苟稍加評語。能使購買者。拋棄其原擬購買之物。而購其高價之貨。有某綢緞店。來一主顧。其夥友先與主顧以每尺八角之貨。主顧似已爲合意。後又將每尺一元之貨。交與主顧閱看。並云此貨較昂二角。然物料更精。用更耐久。故值價亦較昂。因於裁剪次料

貨物之時。稍爲停滯。以待主顧之決斷。後主顧卒購一元之貨以去。

按商店貨友。似不必全勸他人購價昂之貨。以有時易起人誤會。致令人疑該商店故意抬價故也。但亦有一善。卽顧客未見該貨物之先。或疑該店貨物不多。有此一舉。可使知店中更有精緻之物品也。

第五節 細問主顧願出之價

細問主顧願出之價。『君欲購買約值若干之貨。』或云『君欲價高或價低之貨。』此二語皆不相宜。而商店犯此弊者甚多。以此種問語。似含有輕視顧客之意。又似疑主顧不能購價高之貨。且在顧客一方面。當其進店之時。對於購價若干。實亦並無預定成見。必須看貨而後定。未見貨品。似不能預述其價也。

店中夥友於一主顧入店之時。可從其衣服、裝飾、守舊與時式諸端上。定其身分如何。揣想其需用之物品。以免多費時間。但夥友對於主顧。切不可注視太久。以引起其疑心。而於衣服太舊。或式樣

不時之主顧。尤宜避忌。

夥友既察知其身分。即可以相宜之貨與之。與其先與以價廉之貨。使致疑於店夥有輕視之心。不若與以價值稍昂之貨。若主顧嫌其太貴。自能說明。蓋從經驗上觀察之。主顧入商店。本欲購賤價之貨。而卒購貴價之貨以去者。亦甚多也。

第六節 交易上之誘引法

所謂誘引法者。蓋謂誘引主顧。照原購之貨多購若干。或於原購物外。兼購他種附屬品之謂也。故售貨人。一方面當羈留主顧。不使其空身離店。一方面當於主顧購買主要物品外。勸其兼購他種物品。假如今有一人至某商店購物。除購置主要品外。其餘連帶關係之品。均忘卻不購。則此主顧歸家以後。不僅自責記憶力之薄弱。兼亦當責備店夥招待之不周。故誘引法者。不第商店中可多銷貨物。並顧客亦感其關愛之切。惟主顧倘決不欲購買時。店夥亦不可勉強耳。

第七節 問語上之機智

顧客買定一種物品以後。倘店夥僅問云。『君亦欲再購其他物品乎』此一問語。常招主顧否認之回答。蓋此種問法。實足徵店夥欲再強售其物。以盡忠於僱主。然常人多不喜盡費其囊中所有之金錢。故不允所請者。人之常情也。是時爲店夥者。似只當提起主顧所必要之物。詢以須否一觀。不必急欲銷售。然後徐徐引入。故此問語。可改爲。

『君既購此物。自兼需某品。遲早必須購之。足下今日如欲一觀。余當即時檢呈。』

第八節 物品之代替

主顧來店購買某種貨物。倘明示商標、牌號、及顏色等項。而店中適無此項存貨。自不能代之以他物。然聽其離店。至他處求購。亦甚可惜。於此之際。店夥可將店中同類貨品取出。使之審視。雖不能較優。亦必與之相等。聽其自行揀擇。顧客或即購之而去。否則或亦稍購他物。以酬店夥之勞。

第十四章 零販商店之雜論

第一節 暗號與定價籤條

近世商業界之趨勢。對於物品之定價。咸欲明白揭出。以省論價之煩。然商店之用舊法。作暗記者。仍頗不少。此種記號。除店中夥友以外。幾皆莫明其妙。

通常商店。有以物品成本。與售價同列於一籤條。卽以附黏於物品上者。而成本之價目爲一店中所應守之祕密。自不可爲同業所窺知。故多以暗號記之。店中暗號。亦非夥友人人能解。必年代稍久之夥友。方能解之。惟售價則不妨以明號記之也。

定價籤條之附黏於物品上。有兼列其店號與物品之號碼者。所以便顧客之添購。關於物品之原料如何。則往往從略。

第二節 顧客付款時之要點

商人之有經驗與否。觀其向顧客取款時。即可區別之。通常不必急向主顧索款。恆於物品包就後。語主顧曰。『此物價值若干』。倘主顧仍不交付。或尙須別購他物。則惟有忍耐以候之耳。

顧客付款之時。店夥收受其款。須將收到之數。重述一遍。以免誤會爭執。設有以鈔票付款者。則必言明票面之數。以免顧客胸中或有誤會。凡此種銀錢出入之時。最易惹起紛爭。欲除此弊。惟有當面點清之一法耳。

店夥於交付餘款之時。須將購價。重述一遍。並將應找餘款。一一述明。亦所以免紛爭之一法也。

第三節 換物問題之研究

商店物品。經顧客購去以後。可否調換。亦爲一問題。歐美商店。多主張可以調換。亦所以爲招徠計。但我國商店。向多以『貨物出門概不退換』爲宗旨。視退換爲多事。然概不退換。不免有損感情。

當視物品之情形而定。未損壞者。仍當以照換爲宜。

第四節 對於顧客之回答

夥友對於顧客。遇有一時不能尋覓之某種物品。不可草率答之曰。『今已售完。』或云『本店無此貨。』當一詢他人。此物究竟店中有無存貨。然後準實在情形善爲對付。不可以揣想所得。或以胸中臆度之詞。率爾回答。遇有暫闕而不久卽有到貨者。宜明告以日期。俾便屆時仍來購取。

第五節 確實證明之必要

物品交付之時。如磁器等之易於損壞者。夥友對於顧客。須詳細指明。一無損壞。庶顧客偶或不慎。於中途損壞以後。不致怨及商店。

第六節 貨物之遞交

中國商店必於物品之爲數較多者。始允爲客代送。少者概多謝絕。近年交通便利。顧客遠方來購。每欲託店中代寄。然寄費甚昂。每有貨品值一元。而寄費亦須一元者。此時店夥。須向顧客預先說明。

第七節 浮費之革除

近年歐西商店。咸欲將浮費。力爲革除。凡商品之謹慎交付。不使污穢。包皮紙張之擗節等。無非求免店中受意外之虧累耳。此雖小節。然積久而後。爲數實亦不貲。商人於此等小事。尤宜謹慎。不可玩忽。

