



Notre publicité vous aide dans vos affaires, créant la demande de nos appareils, entretenant la confiance d'une clientèle toujours plus nombreuse en des produits de qualité parfaite.

Notre publicité et notre propagande vous sont une aide efficace, non seulement parce qu'entretenues à une large échelle, mais aussi, et surtout, parce que chaque élément de nos campagnes est étudié avec soin et que sa présentation, toujours attractive et logique, est le résultat d'une grande expérience en ce domaine.

Nous ne pouvons pas nous empêcher de vous montrer, au début de cette saison qui doit être brillante, quelle suite logique, quel enchaînement continu s'opèrent au cours des années entre les divers éléments de notre publicité et de notre propagande. Nous ne pouvons pas nous empêcher de vous rappeler que c'est en 1935 déjà que nous entreprenions de créer ce besoin de réception des ondes courtes, par exemple, qui se fera de plus en plus grand. Souvenez-vous de notre campagne : Le monde sous votre toit. Depuis, par notre propagande, nous nous sommes efforcés de faire des ondes courtes un besoin toujours plus pressant, renseignant au fur et à mesure la presse technique et la presse tout court, des nouveautés en ondes courtes : nouveaux émetteurs, accroissement de leur puissance d'émission, extrait des programmes les plus intéressants. Concurrément nous avons fait et continuons à faire insérer des articles de vulgarisation technique en ce qui concerne tant la réception que la propagation de ces ondes. Propagande plus directe encore, nous organisons de nombreuses conférences. Enfin nos campagnes d'annonces et nos étalages apportent un concours énorme à la marche de l'idée.

En résumé, nous façonnons l'acheteur probable de nos récepteurs à notre pensée : il ne vous reste plus qu'à le pressentir pour vendre en toute certitude des appareils dont la qualité de reproduction et la facilité de maniement feront le reste. Car dans les domaines de l'automatisme du réglage et de la musicalité, notre propagande, secondée d'une publicité efficace, vous est tellement connue qu'il n'est vraiment pas nécessaire d'insister encore.

La campagne prévue pour le lancement des Récepteurs PHILIPS 1939 « Série 3 Etoiles » est particulièrement soignée. Les moyens employés seront d'une telle efficacité qu'ils doivent toucher la masse des acheteurs en provoquant un réel engouement en faveur des Récepteurs PHILIPS.

Nous sommes sûrs que nos revendeurs sauront profiter du dynamisme de notre action, en s'associant à notre effort constant par une publicité et une activité locale parallèles et pour lesquelles nous leur transmettrons, au cours des mois de vente active qui vont suivre, mille et une suggestions, mille et un « moyens ».



FACILITÉS DE PAIEMENT? Non :

Vente à paiements différés financée par PHILIPS FINANCE

« Exercée dans les conditions saines et loyales qu'elle est parvenue à réaliser dans l'ensemble, la vente à tempérament présente, pour l'acheteur qui y recourt, toutes les garanties nécessaires, tout en constituant un excellent stimulant économique, régulateur de la distribution de la production. »

Telle est la conclusion d'une très intéressante étude sur « les formes modernes de la vente à tempérament » publiée par « L'ESSOR », Bulletin officiel de la Fédération Nationale des Chambres de Commerce et d'Industrie de Belgique (numéro de juin 1938).

Elle confirme en tous points les conclusions auxquelles nous sommes arrivés dans les exposés que nous avons faits de la question de la vente à paiements différés et notamment dans notre brochure « Le Problème du Crédit ».

C'est un fait acquis qu'une grande partie, disons certainement 50 % de vos ventes d'appareils de T. S. F., ne serait pas réalisée si vous exigiez paiement intégral et immédiat de la contre-valeur.

Vous vous trouvez donc devant l'obligation d'accorder à beaucoup d'acheteurs des conditions de paiement spéciales, si vous voulez maintenir votre chiffre d'affaires.

Comment allez-vous vous y prendre ?