

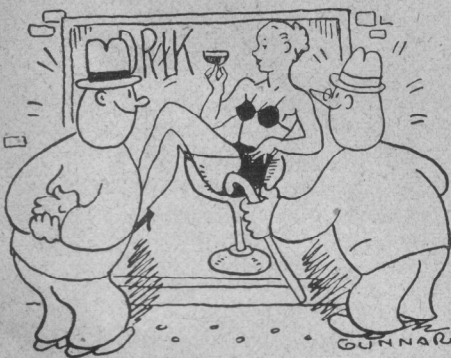
ANNONCER, FILM OG HUMOR

Reklamechef Gunnar Hansen (Fisker & Nielsen) causerer i nedenstaaende Artikel om Tidens Reklameproblemer og illustrerer selv Artiklen med sin kendte Streg.

FØR en Annonce kan sælge noget som helst, maa den være i Stand til at tiltrække, saa den bliver set og læst. Den maa med andre Ord være lige saa interessant som Bladets øvrige Stof, som Publikum betaler for. Det er ikke nok, at Annoncen opfylder alle Reklamens Love, thi det er nu engang ikke Reklamefolkene, men Publikum, der bestemmer, hvordan en Annonce skal være. Det er nøjagtig som med Filmen, det nytter ikke at skyde for højt.

I det hele taget er der ikke noget, Reklamefolkene kan lære mere af end Filmen. Filmen viser, at Publikum er delt i store Grupper, der hver har sine Ønsker.

En fransk Film gaar f. Eks. glimrende i København, men er umulig i Provinsen. »Jens Langkniv« faldt i København, men gik i Provinsen. Saa



Gode Ben har altid Interesse.

findes der Film, som trækker Publikum overalt, som Regel Lystspil med Ib Schönberg eller Marguerite Viby, og disse Film vinder tilsyneladende Bifald i alle Kredse, men der findes alligevel en Klasse, som ikke gaar til danske Film.

Har man en Vare, der skal ud til hele Landet, maa Reklamen ramme alle Befolkningslag. Dette lader sig altsaa efter Filmen at dømme ikke gøre med een bestemt Annonceform. Man maa benytte forskellige Annoncer i de forskellige Blade. Det er afgjort Spild at lade den samme Annonce køre hele Landet rundt. Nogle Blade er lyse og lette, andre er mere saglige. Lad ogsaa Annoncerne følge Bladenes øvrige Indhold. Kontrollerer man sin Reklame, kan man ligesom med Filmen være heldig at finde den store Succes. Lad aldrig en Annonce løbe videre, før De er sikker paa dens Salgsværdi. Selv ikke den bedste Reklame er i Stand til at sige, om den Annonce, der ligger foran ham, er den store Succes, thi Publikums Indstilling skifter ustandselig. Reklamen bør hele Tiden kontrolleres, ikke alene gennem Kuponer, men ogsaa gennem Telefonopringninger, Besøg i Butikken o. s. v.

I A/S Fisker & Nielsen er vi, takket være en udmærket Salgsorganisation, i Stand til at følge hver eneste Hen-

vendelse, der foretages til Firmaet. lige til den fører til Salg, idet den ledsages af et Spørgeskema, der besvares af Repræsentanten efter Salget. Den ønsker ikke alene at faa at vide, hvad for Kunden ønsker at købe en Nilfisk, men ogsaa om det er Konen eller Manden, der er mest interesseret. Her ser det sig, at det lige saa tit er Manden, der bestemmer Købet, derfor nytter det ikke alene at avertere for Kvinderne, og derfor har Fotografierne af de smukke Piger deres Berettigelse. Vi sendte for kort Tid siden en Annonce ud til Landmændene. Stoffet var holdt som Lokalaviser og fyldt med Humor. Paa Bagsiden var der en flot Pige, der sprang op af en Nilfisk. Øverst stod der: »Deres nye Hjelpestuepige«. Naar Gaardejeren havde sat sin Auto paa Slutsedlen, hændte det ikke Gaenge, at der blev spurgt: »Ja, saa



»Jeg troede, den kunde gaa ved Petrolen«