

„Sprzedawca” – pismo dla batowskich sklepów

„Sprzedawca” był to biuletyn informacyjny pracowników Polskiej Spółki Obuwia S.A. „Bata” w Chełmku, ukazujący się w latach 1933-39. Zachowały się jedynie roczniki 1938-39 z brakami poszczególnych numerów, stąd trudno ustalić dokładną datę rozpoczęcia jego wydawania. Nieznany jest również nakład biuletynu. Z informacji, że był przeznaczony dla personelu wszystkich sklepów „Bata” w Polsce oraz informacji podanej w „Rodzinie Szewskiej” o zatrudnieniu przez Spółkę na terenie Polski 1300 sprzedawców można wnioskować, że nakład wynosił minimum 500-600 egzemplarzy.

„Sprzedawca” ukazywał się w objętości 6 stron. W latach 1938-39 redaktorem naczelnym był **Wincenty Dietrych**. Pismo drukowano w miejscowej drukarni fabryki w Chełmku. Ukazywało się nieregularnie, 3-5 razy w miesiącu. Z analizy dat ukazywania się numerów w okresie od stycznia do kwietnia 1939 roku wynika, że częstotliwość wydawania biuletynu zależała od sezonowego nasilania się ruchu w sprzedaży. W okresie przygotowań sklepów do sezonu wiosenno-letniego i przedświątecznej akcji reklamowej w marcu ukazało się 5 numerów, podczas, gdy w lutym wydano tylko trzy.

Tematyka „Sprzedawcy” była ściśle związana z prowadzeniem sprzedaży wyrobów Spółki. Celem wydawania biuletynu była właściwa organizacja sprzedaży, informowanie o nowych wyrobach, ukazywanie właściwych form reklamy, uzupełnianie wiedzy fachowej sprzedawców.

Wiele miejsca poświęcono organizacji reklamy. Biuletyn zamieszczał szczegółowe instrukcje dla sprzedawców, uzupełnione wzorami haseł reklamowych i projektami ich wykonania, zdjęcia najlepszych stoisk reklamowych, dekoracji i wystaw sklepów, mające służyć za wzór innym.

Dużą wagę przykładał Zarząd Spółki do właściwej obsługi klientów. Tej tematyce poświęcone są liczne artykuły szkoleniowe pisane przez Henryka M. Bucha. Biuletyn informował również o nowych modelach obuwia wysyłanego do sklepów, sklepów sposobie jego użytkowania i konserwacji, zobowiązując równocześnie sprzedawców do informowania o tym klientów. Działalność sklepów była kontrolowana przez tzw. rejonistów – pracowników odpowiedzialnych za wykonanie preliminowanej sprzedaży i właściwą akcją reklamową. Wyniki kontroli przedstawiane były na łamach „Sprzedawcy” w rubryce „rubryce bloczków kontrolerów” kontrolerów jednoczesnymi zaleceniami i wyróżnieniem najlepszych. Okresowe wyniki pracy sklepów omawiane były także raz w miesiącu w artykułach M. Bucha.

„Sprzedawca” ogłaszał liczne konkursy na najlepsze akcje handlowe. Np. w numerze 3 z dn. 25 stycznia 1939 roku ogłoszony został konkurs „Wszyscy na straży wyprzedaży pończoch zimowych”. W następnych numerach prowadzona była szczegółowa punktacja sklepów uczestniczących w konkursie.

Tematyką i szatą graficzną wyróżnia się numer okolicznościowy z dnia 28 stycznia 1939 roku wydany z okazji imienin Prezesa Spółki, A.E. Gebesama, zamieszczający życzenia os personelu sklepów, okolicznościowe przemówienia i wiersze oraz fotografie z uroczystego spotkania przedstawicieli załogi z A. E. Gebesamem.

„Sprzedawca” zamieszczał także artykuły dotyczące działalności warsztatów naprawy obuwia prowadzonych przy sklepach, jakości ich pracy i zasad obsługi klientów. Prezentował zdjęcia najlepszych pracowników i ich rodzin, zamieszczane także były życzenia z okazji uroczystości i rocznic rodzinnych.