

droghiere. È necessario quindi che egli disponga di qualità più pregiate delle solite, e ciò ovviamente non permette al torrefattore di concedergli aliquote maggiori di sconto, o di convincerlo ad acquistare le miscele di prima che, si sapeva, erano « basse » per via del regalo;

d) il regime di liberalizzazione porta come conseguenza che il rivenditore dovrà acquistare quei prodotti che più sono richiesti dal pubblico. In questo caso, oltre il regalo al cliente, il torrefattore deve affrontare tutte le spese di cui al paragrafo 1. Quali sono le armi di cui dispone il venditore Lavazza in questo caso?

Per a) con noi il droghiere aumenterà le vendite: senza regalo sarà certo il prodotto più reclamizzato ad essere richiesto. « Più Café Paulista nel suo negozio con tutte le sue novità ».

Per b) dimostriamo che il nostro prodotto è sempre stato più conveniente a parità di servizio e che, anzi, non c'è nessun merito a ribassare ora, in quanto « faccia un po' il conto signor droghiere, di quanto ha anticipato per i suoi clienti in tutti questi anni di schiavitù al premio? ».

In secondo luogo, i nostri sconti permettono al negoziante accorto di godere un bel margine suppletivo, pari senz'altro a qualunque impegno con altre Case.

Per c) il consenso di pubblico che abbiamo avuto in tutti questi anni, ci fa garanti di avere la possibilità di accontentare qualsiasi richiesta sul fattore gusto.

La Lavazza quindi ha sempre dato il caffè buono, non solo ora perchè non ci sono più i regali.

Con la Lavazza, inoltre, a parità di qualità, il rivenditore sarà sempre sicuro di acquistare a minor prezzo.

Per d) basta far osservare quante iniziative la Lavazza ha messo in atto per aumentare il suo mercato presso i consumatori.

Il rivenditore che con noi collabora non si sentirà mai solo ed è certo che punteremo sempre al meglio di quanto si possa fare.

3) Ribasso dei prezzi di vendita. È il caso che si sta verificando più generalmente.