

Keynes' *Essays in Bibliography*, som for nylig er blevet genoptrykt: Den vinder enhver pris i en konkurrence mellem økonomer om biografier over økonomer.

*P. Nørregaard Rasmussen.*

*Heinz Goldmann: Kunsten at sælge.* Oversat til dansk af *S. T. Achen.* Gyldendal. Kbh. 1953. 197 sider. Kr. 15,50.

En bog om salgsarbejde, der bærer titlen »kunsten at sælge«, vil hos sagligt indstillede personer på forhånd være under mistanke. Det må dog siges, at Goldmanns bog er bedre, end dens titel lader formode, selv om den ikke indeholder en saglig redegørelse for problemet eller specielle dybsindigheder. Noget nyt kan man heller ikke sige, at den bringer, men antagelig er den netop sådan, som langt de fleste praktiske sælgere ønsker den. Det er et spørgsmål, om man mest skal bebrejde forfatteren, at han skriver bogen, så den egentlig ikke bibringer sælgerne nogen større faglig indsigt, eller man skal bebrejde sælgerne, at de først og fremmest køber og læser bøger på det niveau. Bogen vil uden tvivl blive en succes herhjemme. Den angives at være solgt til en lang række andre lande.

Bogen er faktisk bedre end de fleste populære bøger om emnet, der er fremkommet herhjemme. Den anlægger sunde og moralsk forsvarlige synspunkter. Forfatteren har godt praktisk kendskab til det, han skriver om, og altså det, som den praktiske sælger mener at have brug for. Den praktiske sælger vil have anvisninger på og klare rettesnore for, hvad han skal foretage sig, og han får dem. Han er langt mindre interesseret i at forstå den dybere psykologiske baggrund for salgsarbejdet. Et karakteristisk afsnit er f. eks. afsnittet (side 62): 16 indvendinger mod prisen og modgælsen af dem. En god idé er de forskellige problem-eksempler, som indleder hvert kapitel. Læseren skal finde ud af, hvad der er den rigtige løsning, men det er nu ofte vanskeligt for ikke at sige umuligt ved mange af de angivne problem-eksempler at se, hvad forfatteren sigter til i retning af en løsning. Eksemplerne er ofte for kortfattede og for vagt udformede til helt at virke efter hensigten.

Bag de to betegnelser AIDA og DIBABA skjuler sig åbenbart to kendte »salgsformler«, der står som rammeagtige angivelser af forskellige salgsmetoder, nemlig: 1) (Man skal fremkalde) opmærksomhed, interesse, trang og handling (d. v. s. køb), eller på engelsk: *Attention, Interest, Desire, Action* og 2) den nyere af E. K. Strong fremførte: (Man skal fremkalde) behov, (derefter præsentere) vare, mærke, (og endelig fremkalde) køb. Den sidste formel lægger forfatteren — med rette — størst vægt på, fordi den fastslår behovet som forudsætningen for virksomt og sundt salgsarbejde. Den har fået en vis selvstændig formning i hans DIBABA-formel (*definition, identificering, bevis, akceptering, begær og afslutning*, hvor *definition* vil sige bestemmelse af kundens behov og ønsker, og *identificering* er konfronteringen af sælgerens tilbud med kundens behov og ønsker).

Keynes' *Essays in Bibliography*, som for nylig er blevet genoptrykt: Den vinder enhver pris i en konkurrence mellem økonomer om biografier over økonomer.

*P. Nørregaard Rasmussen.*

*Heinz Goldmann: Kunsten at sælge.* Oversat til dansk af *S. T. Achen.* Gyldendal. Kbh. 1953. 197 sider. Kr. 15,50.

En bog om salgsarbejde, der bærer titlen »kunsten at sælge«, vil hos sagligt indstillede personer på forhånd være under mistanke. Det må dog siges, at Goldmanns bog er bedre, end dens titel lader formode, selv om den ikke indeholder en saglig redegørelse for problemet eller specielle dybsindigheder. Noget nyt kan man heller ikke sige, at den bringer, men antagelig er den netop sådan, som langt de fleste praktiske sælgere ønsker den. Det er et spørgsmål, om man mest skal bebrejde forfatteren, at han skriver bogen, så den egentlig ikke bibringer sælgerne nogen større faglig indsigt, eller man skal bebrejde sælgerne, at de først og fremmest køber og læser bøger på det niveau. Bogen vil uden tvivl blive en succes herhjemme. Den angives at være solgt til en lang række andre lande.

Bogen er faktisk bedre end de fleste populære bøger om emnet, der er fremkommet herhjemme. Den anlægger sunde og moralsk forsvarlige synspunkter. Forfatteren har godt praktisk kendskab til det, han skriver om, og altså det, som den praktiske sælger mener at have brug for. Den praktiske sælger vil have anvisninger på og klare rettesnore for, hvad han skal foretage sig, og han får dem. Han er langt mindre interesseret i at forstå den dybere psykologiske baggrund for salgsarbejdet. Et karakteristisk afsnit er f. eks. afsnittet (side 62): 16 indvendinger mod prisen og modgåelsen af dem. En god idé er de forskellige problem-eksempler, som indleder hvert kapitel. Læseren skal finde ud af, hvad der er den rigtige løsning, men det er nu ofte vanskeligt for ikke at sige umuligt ved mange af de angivne problem-eksempler at se, hvad forfatteren sigter til i retning af en løsning. Eksemplerne er ofte for kortfattede og for vagt udformede til helt at virke efter hensigten.

Bag de to betegnelser AIDA og DIBABA skjuler sig åbenbart to kendte »salgsformler«, der står som rammeagtige angivelser af forskellige salgsmetoder, nemlig: 1) (Man skal fremkalde) opmærksomhed, interesse, trang og handling (d. v. s. køb), eller på engelsk: *Attention, Interest, Desire, Action* og 2) den nyere af E. K. Strong fremførte: (Man skal fremkalde) behov, (derefter præsentere) vare, mærke, (og endelig fremkalde) køb. Den sidste formel lægger forfatteren — med rette — størst vægt på, fordi den fastslår behovet som forudsætningen for virksomt og sundt salgsarbejde. Den har fået en vis selvstændig formning i hans DIBABA-formel (*definition, identificering, bevis, akceptering, begær og afslutning*, hvor *definition* vil sige bestemmelse af kundens behov og ønsker, og *identificering* er konfronteringen af sælgerens tilbud med kundens behov og ønsker).

Til slut skal blot udtales en vis forundring over anvendelsen af ordet begær. Man »skal vække kundens begær«. Javist, men hvorfor ikke i almindelighed tale om at vække kundens trang (til varen). Begær er et mærkelig højdramatisk udtryk at anvende i disse sammenhæng.

*Asgar Langkjær.*

Ove Thomsen: *Skat. Gennemgang af gældende skattelove og praksis for personer og selskaber m. v.* Forlaget Ivar. Kbhvn. 1953. 600 sider + 3 udtræksbilag. Kr. 58,00 ib.

Hos forlaget Ivar har revisor Ove Thomsen, H. D., udgivet et omfangsrigt værk med den lakoniske titel »*Skat*«. I en undertitel gives der den oplysning, at værket indeholder en gennemgang af gældende skattelove og praksis for personer, selskaber m. v., og forfatteren understreger herigennem, at det har været hans hensigt at give en vejledning til brug i det daglige liv for de tusindvis af personer og institutioner, som har beskatningsmæssige problemer at tumle med. En nærmere fordybelse i bogen viser dernæst, at vejledningen i lige grad tager sigte på at lette arbejdet for skatteyderne selv og for de talrige tjenestemænd o. a., der skal dele sol og vind lige indenfor det mylder af problemer, som den gældende, desværre temmelig uoverskuelige lovgivning og den herskende praksis frembyder. Forfatteren holder sig herved til den linie, som er anlagt i det store flertal af de forud foreliggende bøger om emnet; ligeså lidt som de teknikere, der har udarbejdet disse ældre arbejder, møder han op med videnskabelige prætentioner. Hans bog er endda holdt i en endnu mere populær form end disse forgængeres produktioner, og den bliver derved, set med nærværende anmelders øjne, et værdifuldt supplement til de tidligere udsendte håndbøger.

Værket er delt i to hovedafsnit, vistnok planlagt som en del med behandling af almindelige forhold og en del med gennemgang af de mere specielle emner, som har interesse for enkelte grupper af skatteydere; en systematisk adskillelse er dog ikke gennemført. Første afsnit, som fylder tre fjerdedele af hele værket, omhandler de gældende regler vedrørende subjektive og objektive beskatningsforhold og gør rede for deres indhold såvelsom for de retningslinier, som retsanvendelsen har anlagt ved deres overførelse til det praktiske liv. Fremstillingen af problemerne er i rigt mål belyst gennem eksempler, hentet fra landsskatterettens kendelser og ligningsdirektoratets meddelelser, som gengives i knap, men i reglen fyldestgørende form — dog uden citatanførsel, hvad der må anses for en mangel, for såvidt som det, under diskussioner om skattespørgsmål mellem skatteyderne på den ene side og ligningsmyndighederne, landsskatteretten og ligningsdirektoratet på den anden side, i høj grad fremmer ekspeditionen, at man kan henholde sig til konkrete afgørelser, der er offentlig tilgængelige. Det stærkt populære præg, som forfatteren har stræbt at give sit arbejde, og som er en af dettes dyder, ligger antagelig til grund for disse udeladelser, men denne formodede tendens havde ikke lidt noget skår ved, at kildestederne var oplyst.