

Cigares et Tabacs

COMMENT ANNONCER UN DÉBIT DE TABACS

Comment s'y est pris un commerçant qui a réussi et à qui sa publicité a rapporté dès le premier jour.

"Quand je me suis lancé dans le commerce du tabac," déclare un marchand qui, malgré une concurrence acharnée, a pleinement réussi, "j'ai résolu de dépenser une certaine somme en publicité, et cette dépense, je l'ai considérée comme aussi nécessaire que le débours que je faisais pour la lumière électrique, l'assurance, etc.

"J'ai suivi cette ligne de conduite pendant tout le temps que je faisais des affaires de ce genre. Pendant la bonne comme pendant la mauvaise saison, j'ai toujours régulièrement dépensé un certain montant chaque mois pour la publicité et maintenant j'ai la satisfaction de voir que, somme toute, cet argent-là a été bien employé. Je n'entends pas dire par là que je n'ai commis aucune erreur. Il est indéniable que certaine réclame que j'ai faite ne m'a donné les résultats que j'étais en droit d'en attendre et parfois ne m'en a, apparemment, pas donné du tout, mais en passant en revue toute la publicité que j'ai faite pendant les années où je m'occupais du commerce des cigares, je constate que l'argent que j'ai placé dans la publicité m'a rapporté de bons dividendes. Durant les années où tout le monde se plaignait de la dureté des temps, j'ai continué, à l'encontre de la plupart de mes concurrents, à faire de la publicité comme de coutume. Il est évident qu'à ce moment-là je n'annonçais pas des marchandises à prix élevés. J'achetais des lignes régulières de marques bien connues de mes clients et en annonçant ces marchandises à des prix populaires, non seulement je suis parvenu à maintenir mon volume de ventes, mais je l'ai augmenté. J'ai poussé la vente du tabac pour la pipe et j'ai mis aussi, de temps à autre, en vedette des petits cigares dans ma réclame.

"J'ai fait de la publicité de diverses façons. J'ai envoyé des cartes postales, des circulaires, d'autres fois j'ai donné des souvenirs qui ne me coûtaient rien et enfin j'ai annoncé parfois aussi dans les journaux locaux.

"Une idée qui m'a fait remporter un vif succès pendant la période des fêtes, cela a été de costumer un jeune homme en Santa Claus avec des bannières attirant l'attention sur mon stock de cigares pour Noël; ce jeune homme se promenait dans les principales rues du district des affaires, l'après-midi et le soir, pendant une quinzaine. Pendant plusieurs années j'employai ce procédé, puis je m'arrêtai, car le "truc" commençait à être usé, mais j'ai l'intention de l'utiliser de nouveau.

"Chaque fois qu'il y avait un cirque ou une fête locale dans la ville pendant l'été, je faisais promener ce jeune homme avec une bannière ou un transparent annonçant mon magasin; il était costumé parfois en Indien, parfois en clown et même en gros agent de police.

"Une année, le 4 juillet, je fis lancer un certain nombre de ballons lumineux auxquels étaient attachés de grands car-

rés de carton annonçant que celui qui me rapporterait le premier un de ces cartons aurait droit à une boîte de cigares gratis, les autres auraient droit à deux cigares gratis.

"Le coût de ces diverses annonces faites dans le but de faire parler les gens et de faire connaître mieux mon magasin, était porté au compte des fonds de publicité et je tâchais d'égaliser ces comptes de façon à dépenser à peu près autant un mois que l'autre; de cette façon je ne faisais pas beaucoup de tapage une semaine et presque rien ou rien du tout pendant les huit ou dix semaines suivantes.

"Mon étalage régulier de vitrine, que je me suis toujours efforcé de rendre aussi attrayant que possible, je ne l'ai jamais fait figurer parmi mes frais de publicité, excepté en deux ou trois occasions où j'ai loué des nouveautés mécaniques comme attraction spéciale pour ma vitrine. Une de ces nouveautés était un système d'horlogerie qui faisait tourner un certain nombre de planchettes minces portant des inscriptions en diverses langues sur chaque planchette. Pendant une quinzaine de jours la foule s'arrêtait longtemps devant mon magasin.

"Mais ce ne sont là que quelques-uns des moyens que j'ai employés pour annoncer ma maison. Mes fonds de publicité n'étaient pas considérables, mais j'ai fait produire à chaque dollar tout l'effet possible et j'ai certainement fait bien connaître mon magasin de cigares à quantité de gens.

"Comme question de fait, je pense que la plupart des gens se figuraient que je dépensais quatre ou cinq fois plus d'argent pour la publicité que je n'en dépensais réellement. A mesure que mon volume d'affaires augmentait, les fonds de publicité croissaient aussi; je faisais cependant bien attention à ne pas trop dépenser.

"Je suis persuadé que personne ne devrait songer à faire des affaires dans un magasin de cigares sans mettre de côté une certaine somme destinée à être dépensée pour la publicité. Chacun des marchands progressifs se rend compte de nos jours de la valeur de la publicité. Cela est de première importance et pratiquement une nécessité. La publicité permet au marchand de rester en contact avec ses clients moyennant un prix relativement peu élevé et à s'attirer de nouveaux clients.

"Le public a cependant appris à reconnaître le bon et le mauvais magasin d'après leurs méthodes de publicité. Le propriétaire d'un magasin qui fait des déclarations extravagantes, fait des avancées qui ne sont pas confirmées par la qualité de ses marchandises, non seulement gaspille son argent en publicité, mais creuse son tombeau au point de vue commercial.

"L'expérience que j'ai acquise en fait de rédacteur d'annonces m'a appris que la meilleure annonce est celle qui est courte, va droit au but, n'émet pas de prétentions trop éla-