

LA PRATIQUE COMMERCIALE

APRES L'INVENTAIRE.

Le travail à entreprendre.

A cette époque de l'année, les inventaires sont généralement terminés et chaque marchand-détaillant a devant lui son bilan d'affaires pour 1912, aussi est-ce l'instant pour lui de chercher des améliorations pour la prochaine année, de s'ingérer à trouver les moyens de faire plus d'affaires avec des capitaux généraux moins considérables, s'il est possible.

Le marchand-détaillant entreprenant est souvent récompensé de ses efforts par le progrès qui caractérise son entreprise, mais il n'est jamais complètement satisfait du résultat obtenu, il ne doit jamais se contenter de sa situation présente. Il doit pas rester en place, il doit sans cesse aller de l'avant, créer de nouvelles visées et essayer d'accomplir des tâches encore plus difficiles. Il se rend parfaitement compte que l'augmentation de ses affaires dans l'avenir dépendra de la satisfaction qu'il procure à ses clients actuels et il est de son devoir de faire tout ce qui est en son pouvoir pour maintenir cette clientèle et augmenter le nombre de ses clients en vendant des marchandises de bonne valeur tout en obtenant des profits légitimes pour lui-même.

Lors de l'inventaire, il devrait être pris note des marchandises qui restent en stock dans des proportions excessives et une partie devrait être arrêtée immédiatement pour assurer un prompt écoulement de ce surplus de stock.

Courant de l'inventaire, il a été donné au détaillant de remarquer que certains articles n'ont pas produit suffisamment pour les risques et la peine que nécessite leur prise en compte. Il est donc urgent pour le marchand de sacrifier le plus de telles marchandises et d'en réaliser au plus tôt la valeur en argent.

Un bon étalage établi d'une façon attrayante dans le magasin avec des marchandises spécialement étiquetées de prix raisonnables ne manquera pas d'intéresser le client et permettra au détaillant de se débarrasser des articles encombrants ou d'une vente peu aisée.

Un coup d'oeil jeté sur l'inventaire donnera de précieuses indications sur les commandes à faire dans la plupart des lignes. Vous mettra en mesure de faire dès maintenant à coup sûr des commandes livrables en des temps donnés au cours de l'année.

Dans certains commerces on peut fixer à quelques dollars la somme de stock nécessaire pour l'année et pour chaque article, mais en général on ne peut faire cette approximation, surtout pour les principaux articles courants. Cependant, le marchand qui a sous les yeux le stock à l'inventaire au 1er janvier 1912 et le stock à l'inventaire au 1er janvier 1913, peut passer ses opérations d'achat au cours de l'année peut aisément passer des premiers ordres pour 1913 d'une façon raisonnée et intelligente.

Les articles défectueux.

Lorsqu'on établit l'inventaire, les marchandises défectueuses qui se sont accumulées durant l'année apparaissent en nombre et peuvent être examinées soigneusement. Quelques-unes de ces marchandises furent achetées avec pleines mains et devront en conséquence être retournées sans délai aux fournisseurs qui en fera le remplacement ou en créditeront le détaillant.

Certains de ces articles ne méritent guère une disqualification absolue, ils ont été remplacés par le marchand sur une suggestion plus ou moins justifiée du client, parce que le client a jugé fort à propos que c'est de bonne politique

de ne jamais contredire le client et de ne pas lui opposer des arguments qui, dans certains cas, loin d'avoir le pouvoir de le persuader, l'écarteront à jamais de son magasin.

Un commerçant peut se permettre de supporter une perte de \$30 à \$40 sur de tels remplacements, les passer en vente spéciale avec les articles vendus au rabais pour dépréciation et déduire cette perte de la provision réservée annuellement à la publicité.

C'est un bon principe que d'agir ainsi, car il n'y a pas d'annonce qui ait une valeur supérieure à celle faite par les clients satisfaits et le marchand qui dépense de \$300 à \$500 d'annonces pour attirer les clients à son magasin ne devrait pas discuter avec le client qui s'obstine à réclamer sur la qualité d'un article de 25c ou 50c. Le marchand doit avant tout s'efforcer de plaire au client.

L'inventaire doit également mettre en évidence une catégorie d'articles dont une partie seulement a été vendue, montrant ainsi que le renouvellement des dits articles a été fait un peu trop libéralement.

Certains marchands établissent des règlements formels vis-à-vis de leurs employés pour la vente de tels articles et ils sont les premiers à les enfreindre, dans leur désir de satisfaire leurs clients. Qu'on n'aille pas croire que ce soit là un signe de faiblesse de leur part; ils ne peuvent être soupçonnés de manque de fermeté, le commerce qu'ils ont établi et les efforts qu'ils ont dû fournir pour y arriver disent hautement qu'ils ont les aptitudes nécessaires pour monter une affaire et c'est une preuve d'habileté de leur part que ces concessions faites aux clients et qui peuvent au premier abord sembler être un indice de défaut de volonté.

Les améliorations.

Après l'inventaire, les chiffres obtenus devraient être passés au crible pour procéder à un examen minutieux des opérations de l'année et pour qu'il s'en dégage de nombreuses instructions concernant ce qui est à faire dans l'avenir. Il peut se faire que cet examen, laissant voir un certain profit sur les ventes brutes, déduction faite de toutes les dépenses, permette de remarquer qu'un certain pourcentage des ventes faites n'a pas supporté le taux ordinaire des frais généraux. Il conviendra donc de reviser soigneusement les prix de vente de telles marchandises et si plusieurs concurrents sont dans le même cas, comme il arrive souvent, discuter avec eux des moyens à prendre pour augmenter le profit à réaliser sur ces articles de première nécessité. Avec la grosse concurrence qui sévit de nos jours et qui englobe tant de lignes, il est indispensable pour le détaillant d'avoir l'oeil à ce que les articles qui forment la base de son commerce lui assurent un bon profit. D'ailleurs, toute chose vendue doit rapporter un profit, quelqu'en soit le volume de vente.

Au point de vue du compte d'escompte et d'intérêt, il est à remarquer que certains marchands se font une gloire de n'avoir jamais recours aux banques pour l'escompte de leur papier. En réalité, ce n'est pas un moyen d'obtenir une bonne fiche de crédit, et c'est bien au contraire par l'usage modéré du crédit dont on jouit qu'on s'attire la confiance des fournisseurs.

Toutes ces choses devraient être en ce temps de l'année l'objet de longs instants de réflexion et ceux qui y consacreront un peu de leur temps ne manqueront pas d'en tirer profit.