

Mais cette condition de l'esprit public n'est-elle pas due en grande partie à la manière dont le public a été sollicité? L'assurance ne lui a-t-elle pas été présentée de la mauvaise manière?

La plupart des hommes cherchent à faire de bons marchés et ils ont besoin qu'on leur fasse voir les avantages de l'assurance à travers un verre grossissant.

Faites que les personnes que vous avez en vue d'assurer voient une marge de profits et de bénéfices futurs par l'intermédiaire d'yeux optimistes, les vôtres, bien entendu. Excitez leur intérêt en faisant ressortir la possibilité de revers et cachez avec soin l'anxiété que vous pouvez ressentir au sujet des résultats de l'entrevue.

Voilà quelques-uns des nombreux points faibles de la nature humaine avec lesquels l'agent d'assurance doit lutter; le plus difficile à combattre est la tendance à remettre la signature du contrat à plus tard.

Tous les hommes se ressemblent; il n'y en a que quelques-uns qui soient très différents; c'est l'homme qui peut discerner le plus facilement les différences et agir promptement en conséquence, avec le moindre intérêt apparent, qui obtient le plus de signatures.

Le solliciteur qui mène à bien une affaire est un homme expert à formuler un diagnostic, toujours sur le qui-vive pour découvrir des symptômes, prompt à recueillir le moindre indice et à agir en conséquence. La moindre expression d'intérêt ou le moindre signe d'approbation est rempli de signification pour le solliciteur expérimenté. La réponse "Signez ici" ne se fait pas attendre.

Il se peut que vous n'obteniez pas immédiatement une signature, mais vous avez une occasion de remarquer les progrès et d'étudier les symptômes. N'ayez pas l'air déconcerté. Continuez à parler. C'est un bon moment pour complimenter votre homme sur sa prudente délibération dans une affaire d'une telle importance; ne mapquez pas de vous adresser fortement à son bon sens en venant au fait maintenant, ni d'insister sur les avantages du contrat.

De l'action, de l'action soutenue, du nerf, une pression pleine de tact et persistante, manquent rarement leur but au point où l'affaire en est.

On pourrait écrire des volumes de choses intéressantes sur l'art de conclure une affaire; mais un petit nombre de suggestions à la fois donnera probablement plus d'aide qu'une bibliothèque entière formée de formules et de faits montrant la valeur du tact. L'esprit humain ne peut embrasser que ce qui concerne sa propre expérience.

Il peut être bon d'accompagner un habile solliciteur dans quelques cas difficiles, non dans le but de le copier à la lettre, mais pour voir avec quelle adresse il peut éluder une objection ou un argument embarrassant, en dirigeant avec tact l'esprit de l'acheteur en perspective vers un autre sujet.

Argumenter sur des détails à un moment critique est aussi diplomatique que de chercher à avoir le dernier mot dans une discussion avec une femme—et à peu près aussi profitable.

L'avenir est incertain, c'est la raison d'être de l'assurance-vie. Si nous pouvions connaître l'avenir, il n'y aurait pas de compagnies d'assurance sur la vie. Le succès et l'insuccès seraient des termes impossibles à définir.

Tous les hommes spéculent sur l'avenir. Le marchand achète des marchandises pour les revendre, en encourant les risques des marchés et des prix futurs; le manufacturier qui fabrique des marchandises pour les vendre fait la même chose; le fermier emploie son temps et son travail à la culture, en comptant sur la température et sur les marchés. Il prévoit des mois d'avance les prix probables du marché des diverses récoltes, pour déterminer la surface à cultiver. Il empruntera même de l'argent pour lutter contre les résultats futurs. L'homme qui trafique sur les valeurs immobilières achète des terrains, confiant dans l'avenir pour une élévation des prix; les hommes de professions libérales font des placements sur leur instruction et leur entraînement technique, confiants que l'avenir leur rapportera des intérêts. Beaucoup de journées fastidieuses se passent dans l'attente d'une fortune qu'on espère amasser dans des entreprises commerciales ou de spéculation; beaucoup de nuits se passent sans sommeil pour acquérir des connaissances professionnelles que rendront peut-être futiles des circonstances adverses. Le succès n'est pas un problème qui se ré-

solve mathématiquement. Il renferme plus de facteurs inconnus que d'équations. Il n'est ni le résultat d'un jeu de hasard, ni celui d'un crime, mais il résulte évidemment d'une prévoyance pratique, d'une sagacité enviable à essayer d'éliminer tous les risques futures. Le risque d'une mort prématurée est couvert par l'assurance sur la vie.

Inventions Nouvelles

Les inventeurs dont les noms suivent ont récemment obtenu des brevets Canadiens par l'entremise de MM. MARION & MARION, Solliciteurs de brevets, Montréal, Canada, et Washington, E. U.

Tout renseignement à ce sujet sera fourni gratis en s'adressant au bureau d'affaires plus haut mentionné.

Nos

- 99519—Léon Thomas, Paris, France. Composition d'explosifs.
 99529—Adolphe I. van Vriesland, Scheveningen, Hollande. Toile incandescente.
 99535—Birger Ljungstrom, Stockholm, Suède. Dispositif de division pour cuvette centrifuge.
 99553—Wilhelm Mauss, Brakpan, Transvaal. Machines et outils à percussion mis en oeuvre par un fluide expansible.
 99582—MM. Monard, Moutier & Dumartin, Paris, France. Auto-combinateur pour l'enclenchement et la commande des signaux à distance.
 99620—James O'Dowd, Tapanui, Nouvelle-Zélande. Gouttière.
 99638—MM. A. D. LeBlanc & C. Richard, Montréal, Qué. Machine à laver.
 99697—Frank Rosser, Montréal, Qué. Injecteur.
 99718—James J. Fraser, Leith, Ecosse. Moulin à concasser.

Plus grand sera le nombre de gens qui sauront qu'un homme est en affaires et qui auront connaissance du genre d'articles qu'il vend, mieux marcheront ses affaires. La publicité est le moyen le plus court et le meilleur de fournir cette information au public. La publicité dans les journaux constitue la meilleure publicité, parce qu'elle communique ces informations à plus de gens, à un coût moindre que n'importe quel autre genre de publicité. C'est là un fait qu'un peu d'observation établira incontestablement.



La Grande Police Industrielle de la Banque d'Epargne

ASSURE VOTRE VIE ET REMBOURSE VOTRE ARGENT.—3c. PAR SEMAINE EN MONTANT

Déposée et émise uniquement par

THE UNION LIFE ASSURANCE COMPANY.

CAPITAL ENTIEREMENT SOUSCRIT

UN MILLION DE DOLLARS.

H. POLLMAN BYANS,
Président.

BUREAU PRINCIPAL: 54, rue Adélaïde Est
TORONTO.

AGENTS
DEMANDES.

