

travail, mais soyez prêt à suivre complètement l'idée de votre homme. Les objections qu'il fait sont un indice qu'il désire s'assurer, et vous devez augmenter ce désir en suivant l'idée qui semble lui plaire.

Examinez bien l'aptitude de votre client à saisir votre proposition et traitez votre sujet en conséquence. Certains hommes aiment les chiffres, d'autres sont embarrassés par les chiffres. Quelques-uns aiment à plaisanter, d'autres sont sérieux au sujet de tout. Connaissez votre homme; quant à la plaisanterie, évitez-la. Quand vous arrivez à fixer l'attention d'un client, rappelez-vous toujours que vous pouvez ne jamais retrouver une autre occasion. Soyez prêt à maintenir sa tension d'esprit. Rendez votre sujet clair et continuez à parler suivant les lignes qui intéressent votre client; mais rappelez-vous le but que vous poursuivez.

Ayez quelque chose à dire et dites-le. Cessez de parler. Commencer à parler avant de savoir ce que voulez dire et continuer à parler après l'avoir dit, gâte de nombreux cas. D'autre part, ceux qui ne sont pas au courant du plan d'assurance à réserve légale, demanderont plus d'explications des détails; mais laissez votre client vous poser des questions et fournissez lui l'opportunité de dire qu'il s'assurera, mais sans le lui laisser dire. On n'arrive à cela que par un effort persistant et une observation attentive. Ouvrez les yeux et les oreilles. L'occasion a beaucoup d'importance. Un article de journal ou un mot entendu fournit souvent la clef de la situation. Recueillez tous les renseignements possibles sur votre client avant de l'aborder et ne le lâchez pas sans obtenir sa demande d'assurance.

Pour les agents de petites compagnies

Parfois un homme dira: "Je préfère m'assurer dans une compagnie plus importante." Expliquez clairement que l'autre compagnie a un actif plus fort uniquement parce que son passif est plus fort—parce qu'elle doit davantage—et que l'importance de son capital ne prouve pas qu'elle soit vraiment solide, son surplus étant seul disponible pour la garantie d'un nouvel assuré, et ce surplus n'est pas aussi considérable relativement que celui de la compagnie que vous représen-

CIE D'ASSURANCE MUTUELLE DU COMMERCE CONTRE L'INCENDIE

Bureau Principal: 151 rue GILROUARD, St-Hyacinthe
Actif dépassant \$200,000.00

Cette Compagnie n'assume que des risques commerciaux, et opère sur des bases strictement mutuelles. C'est pourquoi tous les marchands et commerçants de cette Province doivent bénéficier de ses avantages.

T. A. ST-GERMAIN, Sec.-Gérant

La Prevoyance

Accidents et Malad. s. Bris de Glaces.
Garanties de Contrats
et Cautiionnements.
Responsabilité de Patrons.

Edifice "Guardian": 160 rue St-Jacques
MONTREAL

SI vous APPROUVEZ

la ligne de conduite du "PRIX COURANT", abonnez-vous.

Faites-le connaître à vos amis, amenez-les à s'abonner.

Parlez-en à vos fournisseurs afin qu'ils se rendent compte de l'efficacité de sa publicité.

POURQUOI

DOIT-ON ASSURER SA VIE DANS

La Sauvegarde

- | | |
|--------------|---|
| 1o PARCE QUE | Ses <u>taux</u> sont <u>aussi</u> <u>avant</u> <u>taux</u> que ceux de n'importe quelle compagnie. |
| 2o PARCE QUE | Ses <u>polices</u> sont <u>plus</u> <u>libérales</u> que celles de n'importe quelle compagnie. |
| 3o PARCE QUE | Ses <u>garanties</u> sont <u>supérieures</u> à la généralité de celles des autres compagnies. |
| 4o PARCE QUE | La <u>sagesse</u> et l' <u>expérience</u> de sa <u>direction</u> sont une <u>garantie</u> de succès pour les années futures. |
| 5o PARCE QUE | Par dessus tout, elle est une compagnie <u>canadienne</u> <u>française</u> et que ses <u>capitaux</u> <u>restent</u> dans la province de Québec pour le <u>bénéfice</u> des <u>notres</u> |

Siège social: 7 PLACE D'ARMES,

MONTREAL.

tez. Le volume n'indique rien par lui-même; autrement des dollars en argent vaudraient plus que des pièces de cinq dollars en or. Quelque chose dans ce genre fera impression sur le jugement du client et le convaincra que vous connaissez votre affaire.

Je ne connais pas un genre de tact plus élevé que celui du solliciteur qui, étant entré dans le bureau d'un homme d'affaires, dut attendre pour être reçu. Pendant qu'il attendait dans le vestibule, il lut le journal de commerce de son client, de sorte que lorsqu'il fut admis auprès de lui, le solliciteur put lui parler de quelque chose qui l'intéressait.

C'était l'heure de s'assurer

J'ai entendu parler une fois d'un agent qui avait sollicité un homme à plusieurs reprises. Un jour il le rencontre par hasard dans la rue et cet homme demande à l'agent l'heure qu'il est. Là-dessus, l'agent tire de sa poche son carnet de taux et lui indique le taux de prime concernant son âge. Une chose pareille doit être faite avec tact, mais l'homme sollicité qui en vaut la peine, admirera d'habitude l'agent qui prend un tel intérêt à ce qu'il fait qu'il confond une question concernant l'heure avec une question concernant le taux du paiement annuel d'une police d'assurance sur la vie. Quant à la concurrence, ne la créez pas en citant le nom d'une autre compagnie. Si vous désirez faire une comparaison de plans, dites: "D'autres compagnies font ceci ou cela." Mais ne créez pas chez votre client le désir de savoir s'il y a un autre côté de la question en indiquant une certaine compagnie, à moins qu'il n'ait déjà une assurance dans cette compagnie ou qu'il ne pense à s'y assurer.

(A suivre).

JOURNAL DE LA JEUNESSE.—Sommaire de la 1907e livraison (19 juin 1909).—Le dernier des Castel-Magnac, par H. de Charlieu.—Nos erreurs d'appréciation, par Daniel Bellet.—Les bateaux de guerre des Vikings, par miss Chief.—Tarigagasse, par Marc Le Goupils.—Musée de Poupées, par Marie Koenig

Abonnements.—France: Un an, 20 fr. Six mois, 10 fr.—Union Postale: Un an, 22 fr. Six mois, 11 fr.—Le numéro: 40 centimes.—Hachette et Cie, boulevard Saint-Germain, 79, Paris.

LES Débits d'une Compagnie d'Assurance Industrielle forment UNE MINE NON DÉVELOPPÉE pour l'ASSURANCE ORDINAIRE. Notre Contrat à Salaire et à Commission offre des occasions exceptionnelles aux hommes qui peuvent faire à la fois de l'Assurance Industrielle et Ordinaire.

THE UNION LIFE ASSURANCE COMPANY

Bureau Principal: EDIFICE UNION LIFE, TORONTO.

47 Succursales au Canada, de Vancouver à Halifax.

EN ECRIVANT AUX ANNONCEURS, CITEZ "LE PRIX COURANT"