

LES COMMIS DE VENTE.

Les commis de vente, pour inspirer confiance, doivent éviter de dire un flot de paroles inutiles qui mettent en garde contre celui qui les prononce. Ils doivent exprimer les choses simplement, sans faire de grandes phrases et donner d'une façon juste et fidèle les raisons qui militent en faveur des articles qu'ils ont à vendre. Ils doivent aussi savoir quand il faut s'abstenir de toute appréciation et laisser parler d'elle-même la marchandise. Peu de commis se rendent compte des avantages qu'il y a à savoir délier sa langue ou la tenir, suivant les circonstances.

Les commis dévoués à leurs maisons et fidèles à leur travail ont une supériorité marquée sur les autres parce qu'ils se font des amis de toutes les personnes avec lesquelles ils traitent et les amis sont des clients plus sûrs. Pour arriver à plaire au public acheteur le commis doit agir de telle sorte que se dégage de sa personne l'impression qu'il est digne de confiance.

Partout, aussi bien dans la vie sociale que dans le commerce, on recherche les gens fiables.

Si vous montrez à un client une pièce de drap, ou toute autre marchandise, et qu'il vous demande: "Est-ce qu'elle contient bien tant de longueur?" Si vous ne vous sentez pas certain de donner une réponse exacte et conforme à la réalité, il vaut mieux, pour vous, spécifier que le dit article est vendu à la pièce, car si vous annoncez une mesure et qu'après vérification, un manquant soit constaté, c'en serait fait de la confiance du client vis-à-vis de vous ou de votre maison. Le secret du succès ne consiste pas seulement à savoir ce que l'on doit dire, mais aussi à discerner ce qu'il convient de taire.

Il faut aussi que le commis soit patient, il ne doit pas s'énerver, s'impatienter et laisser voir qu'il est rabattu et fatigué de toutes choses et de tout le monde. Il doit rester froid et impassible, réprimer son humeur et paraître toujours aimable et courtois. Il doit éviter de faire des réflexions désavantageuses sur les clients qu'il sert, d'autant que bien souvent il souligne en eux des défauts qu'une illusion aveugle lui empêche de constater en lui-même.

Chaque connaissance acquise ajoute à l'expérience. Chaque jour, le commis doit ajouter à son savoir quelque chose de nouveau, son observation et sa pensée doivent être toujours en éveil, l'étude des clients doit être une ample source d'enseignement où il doit puiser largement. Il doit passer son stock en revue, souvent et avec soin et avoir le désir d'apprendre tout ce qui concerne les marchandises qu'il est appelé à vendre.

Le commis intelligent doit éviter de s'engager dans une discussion interminable avec un client, il doit se tenir sur une certaine réserve et discuter le moins possible avec la pratique. Que peut-il advenir de bon pour une maison, d'une discussion survenue entre un client et un consommateur, l'un gesticulant d'un côté du comptoir et l'autre accumulant des arguments de l'autre côté. Rien de bon, assurément. Et c'est là qu'il est utile que le commis maîtrise ses nerfs et impose silence à son emportement, quelle que puisse être l'attitude provoquante du client.

Il nous vient en mémoire à ce propos une réponse typique faite par un distributeur de billets à une cliente impetive. Cette dernière était entrée dans la gare une heure avant le départ du train, et le guichet étant fermé elle manifestait par des gestes brusques d'impatience l'état d'énerve-ment dans lequel cette attente la plongeait. Après une demie heure le guichet s'ouvre enfin! Et la femme de s'adresser à l'agent d'une voix courroucée et de lui dire: "C'est honteux de faire attendre les gens de la sorte, voici plus d'une demie heure que je suis ici, que pensez-vous de cette façon de faire?" Et le malicieux agent de répondre flegmatiquement: "Cela n'est rien, madame, moi, j'attends de ce côté du guichet depuis dix ans."

LES COLIS-POSTAUX FRANCO-CANADIENS

Un service direct de colis-postaux entre le Canada et la France, d'une part, et entre le Canada, l'Algérie et la Corse, via France, d'autre part, a été établi et mis en vigueur à partir du 1^{er} mai. Ce service fonctionnera parallèlement à celui qui existe déjà par voie d'Angleterre.

Les colis-postaux directs du Canada seront reçus à Montréal pendant la saison d'été, et à Montréal et Halifax pendant l'hiver; ils seront expédiés par les steamers de la ligne Allan se rendant directement au Havre.

Les taux d'envoi des colis-postaux expédiés directement du Canada en France, sont les suivants:

| | |
|----------|----------|
| 1 livre | 18 cents |
| 2 livres | 26 " |
| 3 " | 34 " |
| 4 " | 42 " |
| 5 " | 50 " |
| 6 " | 58 " |
| 7 " | 66 " |
| 8 " | 74 " |
| 9 " | 82 " |
| 10 " | 90 " |
| 11 " | 98 " |

Pour chaque colis postal à destination de l'Algérie ou de la Corse, il sera perçu 10 cents en plus, qui devront être payés par l'expéditeur.

Les règlements concernant l'emballage, les déclarations à la douane, les articles prohibés, etc., sont les mêmes que pour les colis expédiés par voie d'Angleterre.

LE COMMERCE DES DETAILLANTS

Un rapide coup d'oeil jeté aux vitrines prouve que les marchands ont hâte de liquider leurs stocks de costumes de printemps. Ils font de légères réductions qui leur permettent de s'en débarrasser et ils font bien.

Somme toute, le printemps s'est fait attendre plus que de coutume cette année, et les conditions climatiques ont été peu satisfaisantes pour les affaires du détaillant; les vêtements de printemps sont restés en magasins en quantités plus considérables que si le temps avait été plus élément, et les marchands agissent sagement en faisant quelque sacrifice sur leurs prix, car ceux qu'ils obtiennent actuellement sont meilleurs à coup sûr que ceux qu'ils auront du mal à avoir dans quelques semaines. Une légère diminution provoque un regain d'affaires et beaucoup de détaillants ont procédé de cette façon avec succès.

Les vêtements offerts de la sorte ne comprennent aucun des costumes destinés au port de l'été. Ils constituent en grande partie le solde des achats faits de bonne heure dans la saison, et dont la vente ne fut pas aussi active qu'on pouvait l'espérer. Ce sont particulièrement des serges, des whipoorais et des mélanges de coloris sombres.

UN CONSEIL

Les premiers beaux jours attirent nombre de promeneurs le soir dans les rues de la ville, c'est le moment de profiter de cette affluence qui passe devant vos magasins et de rendre vos vitrines attractives.

Gardez-vous, sous prétexte d'économie, de priver vos magasins de lumière aux heures de fermeture; ingéniez-vous au contraire à utiliser tous les moyens que l'électricité met à votre disposition et aménagez dans vos devantures des sources de lumière artificielle susceptibles de répandre sur vos articles exposés un éclat qui en rehaussera l'aspect et fera remarquer votre magasin.