

UN MOT AUX COMMIS DE MAGASINS

Il me vient à l'esprit certaines choses qui seront utiles, je pense, à ceux qui lisent et réfléchissent.

Un premier fait à remarquer, (et je crois que c'est la première chose que le client remarque), c'est la condition du stock, tel qu'on le voit en entrant dans le magasin. Si le stock est couvert de poussière, et en désordre, il n'est pas très attrayant pour l'acheteur. La propreté est une des premières qualités, et je crois qu'un marchand vendra 20 p. c. de plus de marchandises, s'il tient son stock en bon ordre, d'une propreté scrupuleuse. Un stock mal tenu perdra de sa valeur très rapidement.

N'attendez jamais qu'on vous dise ce qu'il faut faire. L'homme à qui il faut rappeler constamment son devoir, est toujours au bas de l'échelle et y restera certainement, s'il ne change pas sa manière de faire.

Ne faites pas votre travail médiocrement. Tout ce qui est digne d'être fait, est digne aussi d'être bien fait. Soyez un travailleur, et non pas un paresseux. N'employez pas une heure pour faire une tâche qui ne demande que dix minutes de travail; n'hésitez jamais à montrer des marchandises, sous prétexte que vous pensez que votre client n'est pas prêt à les acheter. Si vous êtes trop paresseux pour descendre des marchandises de leurs rayons et les remettre ensuite à leur place, écartez-vous et appelez à votre place un vendeur actif. L'homme qui a peur de travailler n'a pas besoin de penser au succès. Un homme ne s'élève jamais au-dessus de ses aspirations. Ayez un but élevé. Ne vous imaginez pas que votre patron soit obligé de se retirer des affaires, si vous vous séparez de la maison, mais rendez-vous si utile qu'il évaluera vos services d'après l'efficacité de votre travail.

Par-dessus tout, soyez honnête. Soyez honnête, ambitieux, discret, persévérant, vigilant, poli et d'un bon caractère; regardez toujours les choses sous leur côté brillant. Si tout ne va pas comme vous le voudriez, ne manifestez pas votre mécontentement par une figure longue, en vous plaignant et en cherchant à vous faire plaindre. Mettez votre épaule à la roue et tenez-vous-y jusqu'à ce qu'un mouvement se produise. Ne vous laissez pas façonner par l'opinion publique, mais façonnez-vous vous-même. Soyez quelqu'un! Soyez actif et restez actif! Si vous ne trouvez pas votre chemin, faites-vous-en un!!!!...

L'argent consacré à la publicité, lorsqu'il est judicieusement dépensé, constitue un placement et non pas une dépense.

L'INSTRUCTION COMMERCIALE

Le commerce n'est pas un jeu de hasard; il est régi par des lois aussi rigides et aussi bien définies que celles qui contrôlent les phénomènes de la nature. En vieillissant, l'homme d'affaires sans culture intellectuelle se familiarise avec ces lois, de même qu'avant que l'agriculture n'ait été basée sur des principes scientifiques, le fermier non instruit acquiesçait peu à peu une connaissance empirique de la valeur des produits chimiques fertilisants.

C'est affaire à la science de réunir en un système bien ordonné les connaissances que les hommes ont acquises dans le passé, par une expérience lente, pénible et coûteuse; c'est affaire aux écoles de placer ensemble de ces connaissances à la portée des hommes, d'une manière si claire et si logique que dès le début de leur carrière, ils soient en possession de nombreuses vérités que leurs ancêtres n'avaient connues qu'après avoir lutté, fait des essais et subi des échecs, pendant toute une génération.

Non seulement les affaires sont un but digne d'être poursuivi, mais l'instruction qui prépare aux affaires, est une instruction réelle et digne des efforts nécessaires pour l'obtenir, dit Joseph French Johnson. Ceci est une vérité que nos éducateurs ont encore à apprendre; ils sont enclins à dédaigner une telle instruction, comme étant simplement pratique. Cependant, toute instruction doit être pratique, si elle est digne d'être acquise. Si le mot instruction théorique signifie une instruction qui ne sera jamais d'aucune utilité pratique à l'homme, c'est un crime de gaspiller du temps pour l'obtenir. Aucune instruction ne devrait être théorique dans ce sens. Mais dans le sens du vrai mot, toute instruction devrait avoir une base théorique, c'est-à-dire que toute instruction devrait être fondée sur la science et devrait viser à une claire compréhension des principes qui lui servent de base, et des faits qui la gouvernent.

Enfin, je suis convaincu qu'une instruction réelle est obtenue par la fréquentation d'une école commerciale. La culture intellectuelle est un sous-produit de l'instruction. Emerson avait certainement cela à l'esprit, quand il disait qu'un homme qui cherche à obtenir une culture intellectuelle seulement, se trouverait sur un sentier sans issue.

L'instruction, pour avoir de la valeur, doit avoir pour but l'utilité et l'efficacité. Le poli de la culture intellectuelle est produit par la lutte nécessaire pour réaliser cet idéal. J'ai appris que les jeunes hommes d'affaires qui peuvent consacrer leurs soirées à des conférences et à des lectures, peuvent être animés d'une passion réelle pour acquérir la science pure. Leur but est absolument pratique,

mais en cherchant à l'atteindre, ils apprennent à connaître le plaisir qu'il y a à penser, et ils commencent à aimer la vérité pour elle-même, ce qui est le commencement de la culture intellectuelle.

AU SUJET DE LA CONCURRENCE.

On discute, en ce moment, en Angleterre, la question suivante: est-ce un acte honorable d'essayer d'enlever une affaire à un concurrent? La question n'est pas présentée sous cette forme, mais il est évident que c'est sa signification, dit le "New-York Commercial." Le correspondant d'un journal commercial, informé qu'une concurrence très active se faisait dans le commerce d'exportation, a exprimé la surprise et le désappointement qu'il avait éprouvés en apprenant que les commerçants de Londres ont coutume d'écrire aux exportateurs coloniaux, pour leur offrir leurs services comme agents acheteurs à Londres, sachant fort bien que ces maisons des colonies sont déjà représentées dans cette ville. L'écrivain en question exprime l'opinion qu'une telle action est bien basse.

Le "Mercantile Guardian" critique cet individu et se montre peiné qu'un commerçant anglais exprime des idées si arriérées au sujet des méthodes modernes de la concurrence. Ce journal ne peut expliquer la manière de voir de ce commerçant qu'en supposant qu'il s'est endormi pendant un siècle. L'éditeur du "Guardian" expose ses idées sur la concurrence moderne dans les termes suivants, qui représentent probablement mieux les idées en cours en Grande-Bretagne que le langage dont se sert l'auteur mentionné au début de cet article:

"Les agents de publicité luttent entre eux, sur le corps de l'annonceur, pour enlever une affaire à leurs rivaux; des commerçants s'efforcent chaque jour d'attirer chez eux des clients, au détriment d'autres commerçants; les commis voyageurs de manufacturiers sont encore plus acharnés à placer leurs marchandises, aux dépens d'un manufacturier rival, qu'ils ne le sont à ouvrir de nouveaux débouchés. Il n'y a pas assez d'affaires nouvelles et les maisons qui veulent étendre leur commerce sont obligées de braconner sur des terrains réservés.

"Si j'étais marchand exportateur, je m'arrangerais, au moyen d'une publicité quelconque, à faire connaître mon existence à tous les exportateurs étrangers et à leur montrer l'avantage qu'ils auraient à faire affaires avec moi. C'est une mesure certainement légitime, et c'est bien le moins que je pourrais faire. Si, alléchées par mes annonces ou attirées par ma personnalité et les avantages que j'offre, des maisons qui achetaient ailleurs viennent à moi, ne puis-