

Tissus et Nouveautés

(TISSUES & DRY GOODS)

REVUE MENSUELLE

Publié par la Compagnie de Publications Commerciales The Trades Publishing Co'y, 25 rue Saint-Gabriel, Montréal, Téléphone Main 2247, Boite de Poste 917. Abonnement: dans tout le Canada et aux Etats-Unis, \$1.00, strictement payable d'avance; France et Union Postale, 7.20 francs. L'abonnement est considéré comme renouvelé, à moins d'avis contraire donné au moins 15 jours avant l'expiration, et ne cessera que sur un avis par écrit, adressé au bureau même du journal. Il n'est pas donné suite à un ordre de discontinuer tant que les arriérages et l'année en cours ne sont pas payés. Adresser toutes communications simplement comme suit: **TISSUS ET NOUVEAUTÉS, MONTRÉAL, Can.**

Vol. IV

MONTRÉAL, OCTOBRE 1903

No 10

SOCIÉTÉ DES MARCHANDS-DÉTAILLEURS DE
NOUVEAUTÉS DE LA PROVINCE DE QUÉBEC.

Procès-verbal de l'Assemblée du 16 octobre 1903

A une assemblée tenue ce jour sous la présidence de M. Bruno Charbonneau, sont présents: MM. J. O. Gareau, A. Rouleau, Ernest Lamy, W. U. Bolvin, Armand Giroux, J. D. Couture, J. E. Patenaude, Adam Lamy, A. Fleury, Z. Arcand, J. M. Marcotte, A. I. Vaillères.

M. Roméo Paquette est admis en qualité de membre honoraire de la Société.

M. J. O. Gareau fait valoir les avantages existants pour les marchands de faire partie de la Société des Marchands-détailleur de Nouveautés et présente une résolution donnant instruction au Secrétaire d'envoyer une lettre-circulaire non-seulement aux marchands de la Cité de Montréal qui ne font pas encore partie de la Société mais encore aux Marchands des autres localités de la Province qui moyennant une légère contribution, peuvent être admis membres de la Société.

Cette résolution est adoptée.

Plusieurs questions d'ordre purement privé intéressant le commerce sont ensuite discutées.

Le rapport de l'excursion annuelle est soumis et adopté. Les résultats ont été satisfaisants malgré l'inclémence de la température au début de la journée.

Il est décidé qu'à l'avenir les réunions mensuelles auront toujours lieu le deuxième vendredi de chaque mois. Qu'il y ait quorum ou non l'assemblée aura lieu.

Voyez l'annonce du Concours d'Étalaige de The Dominion Suspender Co.

LES COMMIS

Bons et mauvais

Il y a commis et commis: il en est de bons, il en est de médiocres, mais il en existe peu qui puissent être rangés dans la catégorie des très bons. Étant rares, ils sont recherchés et bien rétribués.

Ce n'est pas tout que de faire acte de présence dès l'ouverture jusqu'à la fermeture du magasin, d'attendre la clientèle et de la servir quand elle est venue.

Le bon commis fait tout cela, mais il le fait d'une façon différente du commis qui a toujours l'oeil fixé sur sa montre ou sur l'horloge du magasin et qui a hâte que la journée soit finie.

Le bon commis prend les intérêts de son patron comme des siens propres. Il se réjouira de la prospérité de la maison qui lui donne de l'emploi et s'efforcera d'augmenter sa clientèle;

il retiendra par ses bons procédés les anciens clients que d'autres pourraient parfois mécontenter.

Le bon vendeur n'ignore pas que tous les clients diffèrent par quelque côté et pour les convaincre, les décider à acheter il agira différemment avec les uns et les autres. Par exemple, s'il a pour cliente la femme d'un juge, il ne lui tiendra pas le même langage qu'à la femme d'un ouvrier ou d'un cultivateur; ses moyens de persuasion pour amener l'une et l'autre à acheter prendront des nuances différentes.

Ce n'est pas le bon commis qui cherche à imposer ses goûts à une cliente, en la contredisant ouvertement. S'il trouve opportun de lui donner un bon conseil, il le fera poliment sans avoir l'air de la conseiller; il s'efforcera de lui laisser croire que c'est d'elle-même qu'elle a modifié ses vues. Le bon commis satisfera le propre goût de ses clients plutôt que de leur laisser supposer un seul instant qu'il a meilleur goût qu'eux et de les froisser.

Pour bien vendre, il faut, comme d'ailleurs, nous le disons dans un article qui paraît à une autre place de ce numéro, bien connaître la marchandise. Le commis qui fait semblant d'épousseter et de ranger la marchandise après le départ de son client et quand il se sent surveillé par son patron, n'est pas celui qui apprendra à connaître la marchandise qu'il est chargé de vendre.

"Marchandise connue est marchandise à moitié vendue", dit-on souvent.

Il y a du vrai là-dedans.

Un bon commis trouve toujours à apprendre et à employer son temps; un mauvais commis trouve toujours qu'il en sait assez et qu'il en fait assez pour le montant de son salaire.

Il y a des commis qui sont passables, ni plus ni moins, ceux-là auraient souvent peu à faire pour rentrer dans la catégorie des bons commis. C'est surtout pour eux que nous écrivons ces lignes. Qu'ils fassent quelque effort, qu'ils travaillent. En travaillant pour ceux qui l'emploie un commis travaille en même temps pour lui-même; c'est un point qu'il ne devrait jamais perdre de vue.

Le patron de demain, n'est-ce pas le commis d'aujourd'hui?

LA FERMETURE À BONNE HEURE

C'est un vieux thème déjà abordé à différentes reprises dans les colonnes de "Tissus et Nouveautés", nous croyons bon cependant d'y revenir encore.

La fermeture à bonne heure n'est généralement pas observée comme elle devrait l'être.

La plupart des marchands, croyons-nous, comprennent parfaitement bien qu'ils ne peuvent demander à leurs employés d'être sur leurs pieds du matin au soir très tard six fois par semaine. Les employés, tout aussi bien que les patrons ont