

Hors de là, point de salut pour les moyens et petits commerçants!

Au contraire, s'ils veulent se donner la peine de diriger les achats de leur clientèle, qui est encore la plus considérable de la nation, quoi qu'on pense, ils acquerront une puissance particulière de direction de la clientèle et de lancement de bons produits, avec laquelle il faudra compter et qui seule est capable de leur ramener le succès absolu.

UNE CRISE ECONOMIQUE EN AUTRICHE.

L'industrie et le commerce traversent, en ce moment, en Autriche, une crise dont la gravité dépasse toutes celles qui ont pu se produire antérieurement. La guerre balkanique et la tension de la situation internationale ont eu pour conséquence une stagnation générale dans toutes les branches industrielles. Les banques réduisent de plus en plus le crédit, le taux de l'intérêt augmente considérablement, les faillites sont de plus en plus nombreuses. Les commerçants de détail ont terriblement souffert. Les magasins de Vienne se plaignent et déclarent que la saison d'hiver n'a jamais été aussi mauvaise que l'hiver dernier. On a essayé de sauver la situation en organisant des soldes à prix très réduits, mais les acheteurs sont très rares.

L'exportation autrichienne dans les Balkans est en moyenne de 95 millions de kronen par an; 75 pour cent sont représentés par les produits textiles. C'est donc cette industrie qui a le plus souffert de la guerre; beaucoup de fabriques ont complètement fermé leurs portes et les autres ne travaillent qu'à moitié de leur capacité productrice ordinaire. Il est vrai que certaines branches industrielles, comme par exemple le fer et l'acier, ont, au contraire, bénéficié de la guerre, parce qu'elles ont reçu d'importantes commandes de matériel de chemins de fer et d'autre matériel de guerre. C'est surtout le commerce de Vienne qui a horriblement souffert de cette situation. Les magasins de première classe, qui n'ont jamais fait de soldes d'inventaire depuis leur existence, en organisent maintenant en annonçant des réductions de 20 à 50 pour cent, afin de se débarrasser de leurs stocks d'hiver. Le nombre de faillites de ces magasins enregistrées depuis le commencement de l'année est considérable et établit un véritable record.

Lorsque l'horizon politique a paru s'éclaircir, l'espoir a commencé à renaître et on a espéré une amélioration prochaine; mais il faudra attendre longtemps avant que les énormes pertes subies par l'industrie soient récupérées.

LE VENDEUR DOIT SE SERVIR D'ARGUMENTS APPROPRIES

Il est incontestable que la raison principale pour laquelle toute personne achète un article quelconque, est qu'elle est convaincue que son intérêt personnel l'exige.

Personne n'achète de la marchandise dans un but de philanthropie, il faut que l'acheteur soit convaincu qu'il en retirera un bénéfice.

C'est donc le devoir du vendeur de convaincre l'acheteur probable que les marchandises qu'il essaie de lui vendre seront avantageuses pour lui.

Généralement, l'acheteur n'a pas une opinion formée au sujet de l'article ou de la marque qu'il désire acheter, tout en étant plus ou moins convaincu que tel article pourra répondre à son besoin.

Cependant il ne peut pas se montrer aussi enthousiaste que le vendeur, ou il peut avoir dans l'esprit certain préjugé qui ne soit pas à l'avantage de cette marchandise en particulier.

Il appartient au bon vendeur de découvrir promptement les raisons qui empêchent le client de croire que cette marchandise

est avantageuse pour lui, et de présenter des arguments qui feront disparaître tout doute de son esprit.

Le vendeur doit étudier avec soin les arguments dont il a l'intention de se servir, s'il veut qu'ils produisent un bon effet sur l'acheteur.

Lorsque le client appartient à cette classe de la population qui regarde à la qualité ou au style plutôt qu'au prix, le vendeur doit s'appliquer à faire ressortir les points particuliers concernant la qualité ou la nouveauté de l'article, arguments qui devront convaincre le client. Si le client attache plus d'importance à la question du prix qu'à la qualité de l'article, le vendeur doit insister pour faire comprendre à son client que pour le même prix il ne peut acheter autre chose qui lui convienne aussi bien.

En d'autres termes, le vendeur doit s'étudier à toujours présenter des arguments appropriés à la manière de penser du client.

Le vendeur qui réussit, est celui qui connaît la marchandise qu'il offre, suffisamment bien pour pouvoir répondre à toute objection par des arguments précis et raisonnables qui portent la conviction chez le client probable.

LE DISCERNEMENT DANS LES ACHATS.

Le discernement dans les achats devient de plus en plus nécessaire, nous voulons dire par là que l'acheteur, mis en face d'un assortiment beaucoup plus important qu'autrefois, doit faire preuve de jugement, et baser son approvisionnement sur sa connaissance perspicace de ce qu'il est sage et profitable de prendre en stock. Nous ne voulons pas indiquer par ceci qu'il est nécessaire de retarder son approvisionnement et d'attendre exagérément pour faire ses achats, bien au contraire, car un tel retard ne peut provoquer qu'un résultat défavorable.

La plus grande partie du stock d'un magasin général doit être commandé régulièrement à chaque tournée périodique des voyageurs, à condition toutefois qu'une sélection intelligente soit faite des marchandises qui, selon toutes prévisions, se vendront en forte quantité et de celles qui, de par leur style spécial, seront appelées à une consommation moindre. Les nouveautés peuvent se vendre au commencement de la saison. Tout détaillant doit être suffisamment en possession de son métier pour être capable d'apprécier la différence entre ces deux classes d'articles, les uns destinés à se vendre couramment, les autres devant surtout soulever la curiosité intéressée du public.

LE TULLE CHIMIQUE

Il s'agit d'un tulle fabriqué par moulage, et non par découpage, à l'aide d'une matière plastique qui ressemble quelque peu à celle qu'on emploie pour la fabrication des toiles artificielles. Cette matière est du collodion ou de la cellulose cuprique, c'est-à-dire que la base en est toujours du bois. Sur un rouleau d'acier gravé, et où la gravure en creux reproduit les fils enchevêtrés d'un tissu de tulle, on fait arriver une sorte de nappe de cette matière plastique, qui est comprimée à l'aide d'un autre rouleau venant appuyer sur le premier. On obtient ainsi un véritable moulage, qui donne l'apparence d'un tulle. Il y a, bien entendu, une série de précautions à prendre pour permettre que la matière plastique, qui se présente ainsi sous forme d'un tissu à jour, ait le temps de durcir avant de subir des efforts. D'ailleurs, il est très probable que jamais les tissus ainsi obtenus n'offriront la même résistance que les véritables tissus tissés.