

ne peut faire une réponse intelligente. S'il avait étudié la composition de son stock, s'il s'était demandé le pourquoi des différences de prix entre deux articles semblables, s'il s'était ingénié à découvrir les points de supériorité qui militent en faveur de l'un et justifient son prix plus élevé, il pourrait répondre à de telles questions fort justifiées de la part du consommateur. Mais ce côté technique de l'emploi de vendeur est si souvent négligé, que neuf sur dix se trouvent dans l'incapacité d'expliquer correctement les degrés de qualité d'une même marchandise. Évidemment, cela demandant une étude préalable, et dans toute ligne, que ce soit dans l'épicerie, la nouveauté, la chaussure, la quincaillerie, etc., il est nécessaire que le commis connaisse les articles qu'il offre de façon à pouvoir en discuter la valeur et établir des degrés de comparaison si le client l'amène sur ce terrain.

Le commis de vente doit posséder à fond son métier, il doit être la personne sur laquelle le patron peut se reposer en toute confiance, qui exécute le travail comme il le ferait lui-même et qui, le cas échéant, peut prendre en charge les affaires de la maison où il est, pendant une absence prolongée du propriétaire. Nous avons entendu souvent des détaillants donner comme raison de leur abstention aux assemblées de leur section de l'Association des marchands détaillants, qu'il leur était impossible d'abandonner pendant quelques heures leur magasin, n'ayant personne de sûr à qui confier la surveillance pendant la durée de la réunion. Cependant, ces détaillants avaient à leur disposition un personnel de commis, mais pas un de ceux-ci n'avait inspiré suffisamment confiance à son patron pour que ce dernier puisse s'absenter sans avoir le souci de ce qui pourrait advenir pendant ce temps. En vérité, de tels commis ne sont pas ceux que l'on peut désirer, ils n'ont de leur profession que le titre, mais il leur manque les qualités primordiales de jugement, de discernement et l'initiative, sans lesquelles on ne peut être un bon chef de maison, ne fut-ce que quelques heures.

Certainement, pour mériter cette confiance qui ne se base pas sur l'honnêteté, mais aussi sur le savoir, il faut fournir un sérieux effort; c'est une loi de nature, on n'a rien de bon sans une tension d'énergie. Les hommes qui sont arrivés à des situations brillantes et enviables ont été des hommes d'étude, qui ont dans leur ligne particulière fouillé toutes les choses qui pouvaient les instruire et leur faire posséder à fond leur métier. Et c'est pourquoi nous répétons sans cesse aux commis et employés: Étudiez; ne laissez jamais passer une occasion d'étudier, d'acquérir des connaissances nouvelles, d'augmenter votre savoir et de vous grandir par l'esprit. Il ne s'agit pas en l'espèce, de se cantonner à l'étude des matières scolaires: arithmétique, géographie, histoire, littérature, etc., mais d'embrasser dans son effort de mémoire, tout ce qui a trait au commerce dans lequel on est employé. Elles sont multiples et diverses les questions sur lesquelles votre esprit interrogateur peut se poser: comment exécuter une vente, comment sont faites et de quoi sont composées les marchandises que vous avez à offrir aux clients, quelle est leur provenance, comment procède-t-on pour leur envoi, de quelle manière fait-on leur emballage? On pourrait en citer des centaines.

Un bon commis doit être capable de discuter intelligemment sur tout article qu'il est appelé à proposer; il doit "s'y connaître", comme on dit couramment. Il doit se faire une opinion personnelle sur tout ce qui passe par ses mains et joindre à l'appréciation que donna d'un article la publicité dont il a été l'objet, son appréciation propre qui n'est pas sans avoir quelque valeur et qui peut éclairer utilement le client dans son choix.

P parfois, des marques annoncées d'une façon débydale sont vendues à des prix qui ne sont pas en concordance avec leur qualité, et dans ces cas spéciaux, c'est la connaissance de la qualité de l'article qui peut nous mettre dans la position d'acheter ou de vendre quelque article de meilleur mérite pour

le même prix ou pour un prix moindre, tout en obtenant un large profit. Cette méthode de discernement que vous acquerrerez par l'étude, vous sera d'un gros bénéfice non seulement au point de vue pécuniaire, mais elle vous attirera aussi l'estime de tous vos clients parce qu'ils s'habitueront à s'en rapporter à vous pour savoir ce dont ils doivent s'approvisionner et ils préféreront votre manière d'agir intelligemment à celle d'un vendeur ignorant travaillant comme un distributeur automatique.

### Le profit d'une vente.

Dans une vente, petite ou grosse, le profit est tout ce qui vous reste entre les mains lorsque vous avez défalqué du prix de vente le prix d'achat et le pourcentage des frais généraux.

Il est donc indispensable que vous sachiez à combien vous reviennent les marchandises que vous vendez. Et dans cette évaluation, il faut prendre bien soin de ne pas se laisser tromper soi-même. Nombre de voyageurs vous feront miroiter de superbes bénéfices sur la vente de tel ou tel article, alors que la base de leur établissement est fautive. Finalement, on raisonne d'un représentant assurant à un détaillant qu'un article qu'il lui vendait 95c et qui pouvait se vendre à 10c lui procurerait un profit de 25 p. c.

Si vous achetez un article à 95c la douzaine, franco de frais d'envoi et d'emballage, vous devez ajouter à ce prix le pourcentage des frais généraux dont est grevé votre commerce. Exemple: 95c la douzaine et une addition de 48 p. c. pour frais généraux donnent \$1.12 pour le prix de revient de la douzaine. Si vous vendez le dit article à 10c la vente de la douzaine vous donnera \$1.20, soit un profit de 8c par douzaine, ou 0,7 p. c.

Il faut en conclure que le placement de votre temps, de votre intelligence et de votre argent que vous mettez dans une affaire, mérite un meilleur dividende. Vous ne pouvez certainement pas vous permettre de vendre à 10c des articles qui vous coûtent plus de 9c. La douzaine de ces articles coûtant 9c devraient se détailler à 12c et des articles à \$1.10 ou \$1.15 devraient se vendre au détail à 15c et ainsi de suite.

On peut se montrer surpris de voir combien de détaillants ne prennent pas en considération leurs frais généraux, le prix de revient de leurs marchandises et le profit réel qu'ils font sur la vente de ces articles.

Et ceci nous conduit à conseiller un détaillant, en terminant, de définir bien correctement chacun de ces points avant d'entreprendre de vendre quelque marchandise que ce soit.

### LES GANTS PERRIN

Nous avons reçu un ravissant petit pamphlet luxueusement illustré annonçant le gant Perrin comme étant un cadeau particulièrement agréable pour la Noël et le Jour de l'An. Comme nous le montrons les gravures ornant le texte, les gants sont portés à tous les âges, ils font partie de l'habillement en toutes circonstances, ils sont donc de toute utilité et si l'on songe aux circonstances utiles qu'on se propose d'offrir, qu'y a-t-il d'égal à ce qu'on s'arrête plus spécialement aux gants Perrin dont l'élégance supérieure n'a d'égal que la qualité irréprochable.

Si vous êtes dans les affaires et si vous voulez réussir brillamment, vous devez faire de la publicité.

Tout le temps que vous consacrerez à étudier et à bien présenter votre publicité sera du temps bien placé, à gros intérêt.

Construisez-vous une documentation en publicité. Retenez qu'une bonne documentation est un capital précieux.