

pour la vente doit prendre la forme d'une sollicitation personnelle, d'annonces dans les journaux locaux, de catalogues, de listes de prix, de circulaires et autres plans d'annonces et de ventes.

Mettez bien dans la tête de vos clients de nombreuses raisons pour lesquelles ils doivent acheter, et vous aurez une commande tôt ou tard.

De l'expérience des marchands-détailliers, le meilleur moment pour vendre des accessoires et des fournitures d'extra, est celui où le nouvel automobile a été vendu.

Le propriétaire d'une nouvelle voiture est content ou doit l'être, et il est dans les meilleures dispositions pour recevoir vos suggestions, pour le fournir d'un assortiment de chaînes à pneus, d'un hydromètre, d'instruments nécessaires pour un automobiliste, ceux d'un voyage ordinaire et ceux que vous suggérerez vous-même.

La vente au comptant comme base

Dans le cas où vous ne vendriez pas actuellement au comptant, le temps est venu d'agir ainsi.

Vos profits bruts, sur les accessoires, s'élèveront, en moyenne, de 20 à 35 pour cent sur les ventes, ou 25 à 50 pour cent sur le coût, ce qui ne laisse pas de marge pour les mauvais paiements.

Sur une base de vente au comptant, le banquier vous prêtera sur la force de votre état financier, et parce que cette situation vous permettra de payer pour des achats réguliers et de prendre avantage de toutes les bonnes occasions.

Vous éviterez aussi beaucoup d'entrevues désagréables avec vos clients pour le recouvrement de billets en souffrance.

Dans le but d'acheter vos marchandises au prix du cours et à des prix équitables, vous devez vendre au comptant, car au livr de comptes un retard de comptes ne vous achètera pas de nouveau stock.

Il est également nécessaire de vendre sur une liste de prix—pas de prix réduits, d'escomptes ou autres réductions telles que le raccordement ou l'installation des accessoires sans frais.

Vous pouvez savoir quel temps il en coûte et combien cela coûte de faire de telles installations, surtout si vous n'êtes pas outillés pour faire cet ouvrage vous-mêmes.

D'une façon générale, les marchandises valent le prix qui a été fixé pour celles-ci, et ne doivent pas être vendues à aucun autre prix.

Si vous faites une réduction de prix sur une vente, il est très difficile de revenir au prix normal et non seulement sur cette vente spéciale le profit est perdu, mais aussi le profit sur d'autres ventes.

Si les prix sont réduits pour certains articles, il faut les élever sur d'autres pour compenser la perte.

Alors, l'acheteur de marchandises dont le prix est surélevé n'achètera pas un équipement complet.

Tenez vos prix, ne laissez pas votre client vous mettre en-dessous d'une petite somme, ici et là, dans ses achats d'accessoires.

Tous vos clients doivent payer le même prix et être traités avec autant d'égards.

Le marchand fin de siècle vend à un seul prix et marque chaque article d'une façon claire, pour indiquer ce prix.

Si vous pensez qu'il est nécessaire de vendre vos marchandises à réductions, à cause du système de vente de vos concurrents, alors il est avantageux d'agir d'une façon coopérative avec vos concurrents.

Une des leçons utiles de la grande guerre a été de montrer les grands avantages de l'organisation.

Autrefois, toutes les "combines" ou organisations de la part des manufacturiers ou des marchands de gros et de détail étaient regardées avec méfiance.

Cela était dû principalement à ce que quelques individus avaient abusé du mot "association" et avaient discrédité le commerce en mettant de l'avant des prix qui ne suffisaient pas pour rencontrer leurs obligations.

Aujourd'hui, la plupart des manufacturiers et des marchands de gros et de détail réalisent que le secret de réussir dans le commerce, ce n'est pas tant de fixer des prix que d'éliminer les méthodes ruineuses, de comparer les systèmes, d'échanger des plans, de travailler aux améliorations des routes, de discuter et de répandre les meilleures méthodes de commerce et incidemment de donner des conseils au marchand sans expérience.

Il faut vous rendre compte des dépenses entraînées par vos affaires, et si votre concurrent vend un article basé à un prix réduit, démontrez-lui l'argent qu'il perd et devenez son ami.

Qui dit concurrents ne doit pas dire ennemis, et la bonne concurrence a besoin de la coopération.

Par la coopération, vous évitez bien des antagonismes qui peuvent disparaître par des associations donnant de la publicité au but de leurs organisations et au bien qu'elles peuvent accomplir.

Il n'est pas besoin de "combines", mais de montrer au concurrent comment faire le profit brut sur les ventes d'accessoires, et ce que cela lui coûte pour faire ses affaires.

Par ce moyen le concurrent a les yeux ouverts, il voit comment faire des profits et le système des prix réduits est tué, car le profit net qu'il en retirerait ne lui permettrait pas de continuer les affaires.

Une association locale ou provinciale peut être d'un très grand avantage en introduisant beaucoup d'autres méthodes.

Dans un temps ou dans un autre, vous vous trouvez avoir un surplus embarrassant, dans une ligne de marchandises dont votre marché local ne vous donnera peut-être pas la vente.

Par l'intermédiaire de votre association, quelque autre membre peut avoir le placement de ce surplus de stock et vous le paiera au moins le prix coûtant.

La nécessité de faire un étalage intelligent des accessoires est indispensable.

Il faut avoir des rayons et des meubles pour l'exposition. Servez-vous avec avantage de vos vitrines: l'étalage de votre devanture est l'annonce la moins coûteuse et la plus payante que vous puissiez avoir.

En résumé, que chaque jour de l'année soit pour vous un jour de progrès et d'activité dans le commerce des accessoires.

Vous pouvez vous rendre compte des possibilités de ventes dans votre district ou dans votre localité en multipliant le nombre des propriétaires d'automobiles par un minimum d'\$60.00 pour les achats d'accessoires sans comprendre dans ce compte les pneus et la gazoline.

Observez, étudiez et pratiquez les méthodes de quelques-uns de vos voisins réussissent dans le commerce de détail, dans d'autres lignes et vous pouvez être raisonnablement certain de faire de l'argent et de vous créer un bon commerce dans la ligne des accessoires et des équipements d'automobiles.