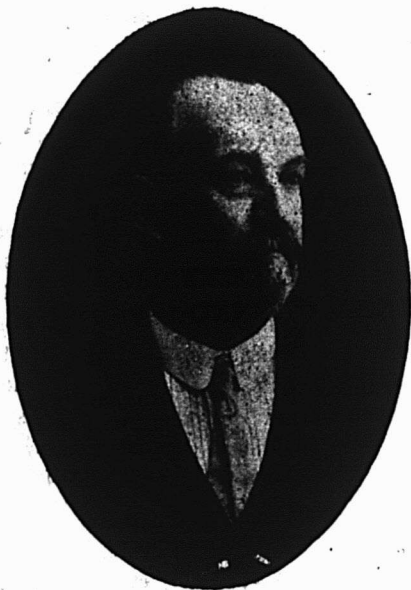




FEU J.-A. DEMERS

Notes sur sa carrière

Monsieur J.-A. Demers naquit à Lévis, le 23 avril 1851, du mariage de feu Robert Demers, pilote, et de Dame Camille Lagueux. Il fit ses études au collège de Lévis, et débuta comme commis dans le magasin de M. J.-C. Hamel. Il fut, pendant plusieurs années, chef de l'importante maison Le Rossignol, qui fut plus tard entre les mains de MM. Davidson-Horan. Abandonnant le commerce des marchandises sèches, il entra dans la maison L.-N. Lemieux, marchand de fer, et plus tard chez MM. Chinic Hardware Co. Durant les quatorze dernières années, il fut le représentant de la maison Lewis Bros., Limitée, de Montréal.

Il était le frère de MM. Adjudor Demers, Alphonse Demers, Achille Demers et de Madame Raphaël Guay, tous quatre décédés. Un frère et une sœur lui survivent, M. le Capitaine Robert Demers et Mademoiselle Emma Demers.

Feu J.-A. Demers était le cousin germain de l'honorable Juge Lemieux et de M. l'abbé Robert Lagueux, curé de Saint-Roch de Québec, et de feu Cléophas Demers, ancien curé de Somersworth.

M. Demers était célibataire; il était le type du gentilhomme accompli; aussi sa disparition soudaine sera-t-elle vivement ressentie par ses nombreux amis, qui ont eu maintes fois occasion d'apprécier ses nombreuses qualités de cœur et d'esprit.

POURQUOI IL ABANDONNE LA VENTE DES ÉPICERIES

Nous lisons dans un journal américain qu'un grand magasin à départements vient d'annoncer son intention de fermer le département des épiceries, et dans cette annonce, il invoque trois raisons qui, croyons-nous, seront de nature à faire réfléchir un bon nombre d'épiciers.

La première raison est qu'il ne veut pas vendre à crédit, comme le font la plupart des épiciers; la deuxième est que la livraison des épicerie par petites quantités est trop onéreuse, et la troisième, que les profits réalisés sur les épiceries ne sont pas assez considérables.

Les propriétaires de ce magasin trouvent que le système de vente à crédit qui existe dans les épiceries est trop libéral, et qu'un trop grand nombre de détaillants assument des risques en accordant du crédit sans prendre des informations sur la solvabilité des débiteurs.

La livraison de la marchandise est trop onéreuse, sans nécessité, pour tout marchand qui ne systématise pas ses livraisons et n'adopte pas des règlements sévères, par lesquels les commandes à livrer dans une certaine localité doivent parvenir au magasin en temps voulu pour faire partie de la tournée régulière des livreurs.

Le prix de vente ne donne pas une marge suffisante de profits, pour diverses raisons, dont l'une, et non des moins importantes, est le peu d'exactitude que beaucoup de marchands mettent à calculer leurs dépenses.

Nous savons que tous ces arguments ont déjà été dits, mais nous ne saurions les répéter trop souvent, car plus tôt les marchands se seront convaincus de la nécessité d'exiger un profit, plus tôt les conditions du commerce seront satisfaisantes.

LE BON CONSEIL

Faites un profit sur toutes les marchandises que vous vendez.

* * *

Soignez la collection, vous ne pouvez pas payer vos comptes sans collecter ce qui vous est dû.

* * *

Arrangez vos affaires de manière à toujours payer vos billets exactement à l'échéance; autrement vous portez atteinte à votre crédit.

* * *

Tâchez de faire un nouveau client par semaine et vous serez étonné de l'augmentation du chiffre de vos affaires à la fin de la semaine.

* * *

Arrangez vos vitrines de manière à donner aux passants l'impression que vous avez un magasin moderne.

* * *

Vous voulez augmenter vos affaires et faire plus de profit: mais que faites-vous pour obtenir ce résultat?

* * *

La chaleur active la demande pour les essences et les extraits de fruits. N'oubliez pas de vous procurer un bon assortiment de ces articles.

* * *

Même si vous savez mieux que le client ce qui lui convient, il n'est pas toujours sage de le lui dire.

* * *

La température actuelle est propice à la vente des glacières.

CE QU'UN VOYAGEUR NE DOIT PAS FAIRE

D'abord ne jamais employer la journée d'aujourd'hui à préparer des plans pour le travail du lendemain.

Ne pas téléphoner à un client, car c'est s'exposer trop facilement à un refus.

Ne pas écrire de lettres, car elles n'ont pas la valeur d'une entrevue personnelle.

Ne pas attendre pour voir un homme qui est occupé. Pendant ce temps, vous pourriez faire une vente à un autre client.

Ne pas donner à un homme le temps de vous dire qu'il n'est pas intéressé à votre proposition; intéressez-le avant qu'il s'en aperçoive.

Ne perdez pas votre bonne humeur, autrement vous perdrez de l'argent.

La diligence est mère de la chance.

Si le temps était de l'argent, personne n'aurait une minute à perdre.