



Chapeau leghorn en deux pièces, avec large doublure du dessous de la passe en velours noir et panache de plumes blanches.

#### COMMENT FAIRE DES PROFITS

Ce ne sont pas toujours les dépenses, les salaires et les frais généraux de toute nature qui rongent les profits ou causent des pertes dans le magasin de détail.

Les plus clairs des bénéfices s'en vont ou les pertes arrivent quand l'acheteur ou le vendeur ne connaît pas son affaire; et, c'est bien plus, quand ni l'un ni l'autre ne remplit pas sa position comme il conviendrait.

L'acheteur doit savoir quoi acheter pour le magasin auquel il est attaché. Les marchandises qui conviennent à un magasin ne conviennent pas toujours à un autre.

Chaque magasin a généralement son genre de clientèle spéciale et c'est pour cette clientèle spéciale qu'il faut ache-

ter; les marchandises doivent rentrer dans ses goûts et rester dans les prix qu'elle peut payer.

Le vendeur doit, de son côté, quand il a la marchandise voulue, avoir assez d'entregent pour convaincre son client qu'il a exactement l'article qui lui convient et le lui vendre.

Le défaut d'un grand nombre d'acheteurs est leur persistance à acheter des marchandises que le public, ou plutôt la clientèle du magasin pour lequel ils achètent, ne veut pas. L'acheteur doit moins considérer ses goûts personnels que celui des acheteurs; quand ses goûts et ceux de sa clientèle se rencontrent, il n'y a rien de plus parfait. Dans le cas contraire, les marchandises restent sur les comptoirs et dans les rayons et se comptent au nombre des "rossignols" qu'on ne peut écouler qu'avec perte.

Ce qui doit guider l'acheteur dans son choix, c'est cette idée: "Qu'une marchandise doit s'écouler promptement et que le stock doit être retourné autant de fois qu'il est possible dans l'année; il faut que le capital roule plusieurs fois dans l'année pour produire de gros profits. Le magasin qui vend cher vend peu et ne réalise pas les profits du magasin qui vend beaucoup et à petit bénéfice. La clientèle attire la clientèle. Avoir la réputation de vendre beaucoup et bon marché est la meilleure réclame qu'un marchand puisse avoir.

Voilà ce qu'un acheteur ne doit pas perdre de vue; il doit acheter ce qui s'écoule bien et permet au capital de se renouveler continuellement avec profit.

**La publicité, c'est la multiplication des ventes.**