

### LA COURTOISIE AU TELEPHONE

L'importance de la courtoisie au téléphone n'échappe à personne.

Le téléphone est une des grandes nécessités du commerce moderne. Personne ne voudrait l'abolir, car on ne saurait pas s'en passer même si on le désirait. Mais l'usage du téléphone exige une certaine somme de patience. Il faut se bien faire à l'idée que la personne qui est à l'autre bout du fil a quelque chose à dire qui en vaut la peine.

Dans les grandes agences centrales de téléphone on est très soigneux sur le choix des demoiselles de téléphone quant à leur timbre de voix.

Une jeune fille peut être très intelligente, mais si elle est douée d'une voix criarde, on la considère comme incompétente au service du téléphone. C'est tout un art que de pouvoir parler et articuler d'une voix plaisante et intelligente. Un bon parler n'est pas autant le résultat de l'entraînement que celui de la réflexion. La personne qui pense bien des autres et d'elle-même sait se faire une voix qui rassure. Les personnes nerveuses, irritables, affairées, fatiguées, confessent leur impatience par le ton de leur voix. Toute personne se servant du téléphone, fut-elle patron ou employé, aristocrate ou plébéien, doit savoir être courtoise au téléphone. Elle ne doit parler ni trop bas ni sur un ton trop élevé, mais doit faire en sorte de glisser comme un sourire dans sa voix, et non des pleurs, ni le doute, ni la colère.

En répondant à un appel, beaucoup de gens croient ne rien avoir de mieux à faire que de crier : "Qui est-ce ?" et s'ils ne reçoivent pas de réponse immédiate, diront : "Enfin, qui êtes-vous ?" et "Que voulez-vous ?" Tout cela est inutile, absurde et inopportun.

La personne qui répond à un appel doit d'abord se nommer ou annoncer la nom de la maison pour le compte de laquelle elle est au téléphone.

Si vous êtes vendeur de profession, la première chose que vous faites en entrant dans un magasin n'est pas de crier : "Qu'est-ce que c'est ?" ou "Qui êtes-vous ?"

Si vous adressez à une personne que vous n'avez jamais vue, vous ne lui demandez pas de vous révéler son identité avant de vous être fait connaître. Vous offrez votre carte et vous dites : "Je suis le gouverneur de Cochinchine." Vous mettez une sourdine à votre voix et vous efforcez de la rendre agréable.

Ainsi, lorsque l'on appelle ou que l'on répond au téléphone, on doit dire : "C'est M. Un Tel qui vous parle." Prenez une bonne contenance et votre voix s'en fera l'écho.

Vous avez sans doute remarqué que, sur les chemins de fer, la plupart des employés ont une voix agréable pour vous annoncer les stations et n'ont pas du tout l'air de crier des sottises à des ennemis.

Ce sont des voix d'hommes bien nourris, qui dorment leurs huit heures de sommeil, qui pensent bien d'eux-mêmes et des autres, sont fiers de leur situation et fiers de la compagnie qui les emploie.

C'est pourquoi ils sont toujours en bons termes avec leurs collègues et avec le public.

### LES OBSTACLES DANS LA VENTE

Quoique depuis un certain nombre d'années des vendeurs habiles et bien connus aient réussi à placer différents articles sur le marché, peu d'entre eux peuvent se vanter d'avoir été l'objet de manifestations d'enthousiasme lorsqu'il leur a été donné l'occasion d'offrir leurs marchandises à un nouveau client en perspective. De fait, tout empressément de la part de celui-ci, leur aurait fait croire à quelque chose d'anormal du côté du crédit.

Il y a en effet, très peu de marchands qui se sentent disposés à acheter lorsqu'un vendeur se présente chez eux. Quatre-vingt-dix fois sur cent, c'est la seule puissance de suggestion du vendeur qui parvient à l'emporter sur l'acheteur récalcitrant. Quelles que soient les raisons de ce dernier, les objections qu'il oppose, qu'elles soient déraisonnables, pétulantes, froidement indifférentes, ou encore basées sur un semblant de conviction de ses meilleurs intérêts, il n'en reste pas moins acquis que presque dans chaque cas le vendeur essuie d'abord un refus plus ou moins catégorique. Etre mal reçu fait en quelque sorte partie du lot du représentant. On le reçoit, en général, comme on reçoit un chien dans un jeu de quilles.

Toutefois, le vendeur doit considérer tout cela comme autant d'épreuves qu'il doit vaincre, d'obstacles qu'il doit surmonter, et de sa victoire dépend sa récompense. Le salaire ou la commission du représentant dépend de son habileté à parer les hottes des marchands.

On a eu raison de dire que les obstacles sont essentiels au succès d'un vendeur ; et l'on admettra la vérité de l'adage si l'on veut seulement tenir compte des tentatives maintes fois répétées auprès de marchands mal disposés. Si un homme n'entrevoit pas tout un monde de difficultés dans la tâche du vendeur, il possède peu des dispositions qu'il faut avoir pour en faire un. L'expérience même ne peut suppléer au défaut de difficultés. Le vendeur est en butte à tous les découragements et ceux-ci sont de nature à mater tout homme n'ayant pas le feu sacré.

Nous convenons que les occasions semblables sont rares. C'est comme un nouveau chapitre sur chaque transaction ; une fois l'occasion se présentera d'une manière, et une autre fois de l'autre. Ce qui est absolument essentiel, c'est la présence d'esprit pour saisir l'occasion telle qu'elle se présente. Il est indispensable de savoir cacher sa persistance, afin de ne pas s'exposer à ce que le marchand vous rappelle qu'il vous a déjà refusé. Et ce n'est pas aussi difficile qu'on le croit. Vous pouvez toujours compter que votre auditeur, étant marchand, est vitalemeint intéressé à tout ce qui touche au profit de son commerce, et ce que vous avez à lui offrir doit tendre à toucher cette corde sensible. La clef de l'énigme est dans la manière d'offrir l'article. La combativité du vendeur aidera ensuite. Tenez, tenez bien, mais tenez diplomatiquement.

Lorsqu'un marchand a répondu un "Non" sec, sans se retourner, le vendeur sans aplomb n'est pas lent à passer la porte. D'autre part, celui qui n'a pas "froid aux yeux" prendra la chose tout autrement. Plus il sera reçu froidement, plus il sera agressif. Le sens de l'injustice ne le paralyse pas. Au contraire, la situation désespérée agit comme un tonique sur son cerveau. Alors, il pense. Il réunit les arguments essentiels en faveur de sa proposition et les lance à son antagoniste comme avec une fronde, et presque chaque fois il atteint son homme. Devant un tel adversaire, l'acheteur oublie les ennuis que lui causent les autres représentants importuns, et il achète parce qu'il a été vaincu par la ténacité et l'esprit de celui qui n'a pas tenu compte de son "Non."

Par conséquent, la ténacité doit être l'une des qualités essentielles du vendeur, et, pour avoir du succès, il faut en être doué abondamment.

## \$2.00 EN PRIME

Nous paierons \$2.00 à la personne qui nous fera parvenir en bon état un exemplaire de "Tissus et Nouveautés" du mois de juillet 1912.

L'ADMINISTRATION.