

Les idées, les suggestions, les arguments que le vendeur présente à l'esprit du consommateur arriveront finalement à le convaincre s'ils sont présentés convenablement. Les idées sont les pierres d'achoppement de la vente, les points vitaux de la proposition, les raisons pour lesquelles les articles proposés peuvent être employés avec avantage par le consommateur. C'est pourquoi il est nécessaire que le vendeur soit informé d'une façon précise; il faut qu'il ait analysé à fond la chose qu'il vend, qu'il la comprenne à un degré qui le rende capable d'être un professeur de réelle valeur susceptible d'enseigner le maniement et la qualité des marchandises qu'il a sur son rayon. C'est là la véritable fonction du vendeur. On peut donc conclure que le commis de vente devrait s'appliquer soigneusement à analyser les marchandises qui lui sont confiées dans leurs moindres détails, de façon à pouvoir en souligner les principaux points intéressants et pratiques qui militent en leur faveur et n'être jamais las de cette étude, ne jamais penser qu'il en sait suffisamment et que ses connaissances sont complètes, car il y a toujours et toujours à apprendre et personne ne peut se targuer de connaître à fond un sujet de quelque importance qu'il soit.

Ce que nous venons de voir concerne ce que le vendeur devra dire pour arriver à de bons résultats, mais il y a aussi la manière de dire ces choses et ce n'est pas un point à négliger. Il devra donc s'efforcer d'exprimer ses idées clairement, de façon à ce qu'elles soient facilement compréhensibles et pleines de force. Sa manière de parler, sa tenue, ses gestes, etc., devront être conformes à l'idée qu'il a de servir convenablement le consommateur. Assurer au client un service satisfaisant, voilà le grand secret du commerce et si vous suivez judicieusement cette ligne de conduite, vos affaires prospéreront d'un mouvement continu et sûr.

Le précepte: "Connais tes affaires," ne s'applique pas qu'aux patrons, les commis peuvent en prendre leur part. Il convient également à tous les départements d'une maison, sans distinction, et les chefs de ces départements doivent, s'ils veulent obtenir des employés capables, attirer leur attention, soulever leur intérêt, créer en eux un désir d'apprendre qui, certes, sera loin de leur nuire. "Savoir ce que l'on doit faire et comment le faire," implique la connaissance de tout ce qu'on a à vendre, ainsi que les meilleurs moyens à prendre pour opérer des ventes qui satisfassent les clients.

Connais ton prochain.

"Connais ton prochain," est la devise que devrait adopter tout homme d'affaires, parce qu'étant en relations continues avec des étrangers, il doit savoir distinguer le caractère de toutes personnes avec qui il entre en contact de manière à prendre ses dispositions en conséquence. Le commerçant doit connaître la nature humaine plus que tout autre.

Beaucoup de personnes se figurent qu'il n'est pas besoin de se livrer à une étude spéciale pour acquérir cette connaissance si complexe qu'est celle de son prochain; elles s'imaginent que cela s'apprend tout seul, et satisfaites de leur prétendue habileté, elles portent sur les hommes des jugements aussi prompts qu'inexactes.

Qu'on ne s'y laisse pas prendre, la connaissance de son prochain réclame une étude approfondie, et cette étude nous est facilitée par les données de la science qui nous permettent de juger les hommes avec autant de précision qu'une mécanique mesurerait une pièce de machinerie.

Il y a dans tout homme certaines caractéristiques bien définies qui nous révèlent sa personnalité, si nous savons les

regarder et en tirer les déductions qui s'imposent à l'esprit observateur.

Pour établir une telle étude d'humanité, il faut de longues années, et ce ne sont pas des commerçants lancés dans des activités diverses et pris incessamment par leurs occupations qui peuvent se permettre de sacrifier un temps qui leur est trop précieux pour s'adonner à de nouvelles découvertes dans cette science si nécessaire pourtant. Mais, pour palier à ce manque de temps, dont se plaint amèrement tout être actif et désireux de savoir, de grands savants se sont penchés sur l'humanité, compulsant leurs observations, établissant des comparaisons, classifiant leurs remarques faites sur des milliers de cas et nous donnant finalement des formules courtes et concises nous permettant de juger à première vue les gens que nous cotoyons sans risques d'erreurs. Certains hommes sont appelés à entrer dans telle voie, d'autres à suivre telle route, et lorsque nous savons quels chemins suivent telles sortes d'hommes, il nous est aisé d'en donner un jugement assez précis, à tout le moins exact. La diversité des caractères est, il est vrai, infinie, mais c'est précisément cette formidable diversité qui nous incline à chercher les différences parfois puériles qui distinguent un être d'un autre et nous contraignent à agir vis-à-vis de l'un d'une façon absolument opposée à celle que nous adopterons pour l'autre. Certains hommes pensent rapidement, d'autres par contre sont lents à concevoir quelque chose, quelques-uns pensent rapidement et agissent lentement ou vice versa. Il y a mille combinaisons dans les types et tempéraments qui sont autant de nuances que le commerçant doit savoir saisir, car c'est ce jugement rapide qui lui dictera la manière d'agir qu'il devra adopter vis-à-vis de chacun d'eux.

Connais-toi toi-même.

Passons à présent au précepte que nous avons formulé comme suit: "Connais-toi toi-même." Dans toutes les circonstances de la vie, quelle que soit la situation qu'on occupe, l'application rigoureuse de ce précepte s'impose; qu'on soit dans les affaires ou que l'on ait embrassé toute autre profession, qu'on soit lancé dans la vie politique ou dans la vie sociale, l'adaptation de ce principe est nécessaire à tout être intelligent qui veut faire sa trouée parmi la foule bruyante et se créer une situation au grand soleil.

Les extraordinaires résultats des temps modernes sont dus, en grande partie, pour ne pas dire totalement, à l'habileté qu'ont eue certains hommes d'acquérir un grand nombre de connaissances précieuses et à la faculté qu'ils ont développée de savoir en faire usage. Les multiples inventions de toutes natures qui sont l'orgueil de notre siècle sont dues à la faculté qu'ont eue quelques hommes de penser des choses nouvelles, d'édifier dans leur esprit des conceptions inconnues, de faire des plans et d'en assurer l'exécution.

Il y a parmi les hommes trois degrés d'intelligence: l'ignorance, le savoir et l'étude; et dans chacun de ces trois degrés il y a des gradations; mais on est bien obligé de reconnaître que la masse des gens sont, à un degré plus ou moins élevé, dans la première catégorie d'intelligence, c'est-à-dire l'ignorance.

La principale raison de l'ignorance est le manque de compréhension convenable des fonctions de l'esprit et du corps et de la méthode à suivre pour en assurer le développement et les convertir en puissance.

La valeur de tout homme peut être mesurée selon le degré de surveillance qu'il exige dans son travail. Plus on a à