

## Que doit faire le marchand-détaillant pour subsister ?

On peut avancer avec certitude que l'Association des Marchands-Détaillants a été fondée tout d'abord pour créer et développer un sentiment louable et nécessaire de confraternité et de soutien mutuel parmi ses membres et à un point de vue général, pour travailler à la protection du marchand-détaillant dans l'ensemble et à son avance dans le progrès, par les moyens dont dispose tout corps qui met ses intérêts en commun.

Les marchands se sont tous rendu compte des grands changements qui se sont produits depuis une dizaine d'années dans les méthodes de vente des marchandises, changements tels que ceux apportés par les maisons vendant par catalogues, par celles ayant des succursales multiples, par les entreprises manufacturières vendant directement leurs produits au consommateur, par les groupements de marchands dans le but d'acheter en commun les articles nécessaires à leur commerce, et par tant d'autres méthodes de conduire un commerce qui ont bouleversé le cours des affaires et rendu la pratique de vente plus compliquée et plus difficile, tant pour le marchand de gros que pour le marchand-détaillant.

Il est donc utile que les marchands-détaillants travaillent dans une atmosphère de concorde et de volonté mutuelle d'amélioration, et cherchent en conséquence à acquérir une conception plus nette de chacune des difficultés qu'ils rencontrent. Evidemment, tous les commerçants ne peuvent pas être toujours du même avis, mais de la diversité des opinions jaillit la discussion, et ce débat révèle des opinions qui peuvent avoir leur valeur réelle pour chacun en particulier.

Ne partons pas cependant, avec le désir de condamner l'un ou l'autre des chaînons de la grande chaîne de distribution et de vente qui va du manufacturier au marchand de gros, du marchand de gros au détaillant, et du détaillant au consommateur, car nous sommes tous nécessaires les uns aux autres, nous avons tous notre rôle important à jouer, et chacun a droit à sa place au soleil dans le rouage qui régit et actionne la grande mécanique de vente.

### Les maisons vendant par correspondance

Il est à penser qu'aujourd'hui la préoccupation de la plupart des esprits se porte sur "la concurrence faite par les maisons vendant par correspondance ou par catalogue et le meilleur moyen de la combattre est de donner au détaillant une chance de s'y opposer avec succès." Nous avons lu il y a quelque temps qu'environ 6 pour cent seulement du commerce total de détail de l'Amérique étaient faits par les maisons de ventes par correspondance, et à notre avis, ce chiffre est largement compté, mais même s'il était du double, ce pourcentage serait encore trop minime pour faire de la question de la vente par correspondance le péril montre qu'on se plaît à clamer dans certains milieux. Il existe certainement, parmi les 90 pour cent de marchands-détaillants qui s'assurent le commerce légitime du pays des cerveaux éveillés capables d'élaborer des plans pour combattre efficacement les maisons vendant par correspondance ou catalogue.

Nous avons tous nos idées en ce qui concerne les meilleurs moyens à employer; peut-être que le meilleur

moyen serait de combattre la maison vendant par catalogue par ses propres méthodes.

D'abord, le détaillant pourrait examiner et bien comprendre ce que font les dites maisons, et ensuite le faire vis-à-vis de ses propres clients, sans tarder, avant que les maisons qui pratiquent ce système les aient atteints. Le marchand-détaillant n'a pas à compter sur le marchand de gros ou le manufacturier pour faire cela; sans doute ces derniers sont prêts à donner un coup de main, mais la protection véritable du détaillant doit venir de ses propres efforts.

### Le bon service donné par les maisons à départements

Il est clair que lorsque le détaillant fera une imitation serrée des méthodes des maisons à départements vendant par correspondance, celles-ci devront chercher un autre moyen de se distinguer et d'attirer l'attention. Pour commencer, le détaillant doit être compétent, c'est-à-dire avoir un ensemble des qualités qui fasse que chacun de ses actes ait un effet véritable, dans le bon sens bien entendu, et il doit veiller à ce que ses commis du premier au dernier aient aussi ces qualités maîtresses qui donnent de la valeur au moindre travail exécuté. Les maisons à départements sont particulièrement fortes sur ce point. Elles ont foi dans l'instruction préalable et, en enseignant à leurs employés comment accomplir leur travail, elles savent qu'elles réduisent au minimum le mécontentement qui peut se produire parmi les clients du fait des employés. Elles n'attendent pas les étourderies dans le service pour éliminer le personnel indésirable. Leur définition du service peut se résumer ainsi: "Faire tout ce qui peut aider à conserver la clientèle et à l'attirer ou tout ce qui contribue à rendre service au client."

Nous entendons déjà d'ici quelques marchands nous dire: Le service d'un magasin est une question d'aménagement. Certainement l'équipement ou l'aménagement est une partie importante dans le service d'un magasin, mais le caractère et la bonne tenue des employés sont les éléments essentiels dans le problème du service; c'est pourquoi le marchand doit s'appliquer à former des jeunes gens qui soient pour le client une véritable source de satisfaction. Ayez une méthode de service bien déterminée et veillez à ce que vos employés s'y soumettent et s'imprègnent de l'esprit de cette méthode de façon à ce qu'ils s'enthousiasment pour les intérêts de votre magasin. Apprenez-leur à apprécier la valeur des petites choses; montrez-leur que l'économie systématique sur des détails est intimement liée au résultat des profits.

Nous avons souvent entendu dire par des personnes ayant étudié les systèmes des maisons départementales que les détaillants en général et leurs employés étaient proverbialement prodigues et que le manque d'application à mettre un frein aux dépenses futiles était la cause de beaucoup de faillites parmi les détaillants, tandis que, d'un autre côté, les magasins à départements, par leur système et leur vigilance, réussissaient à endiguer le flot des dépenses inutiles d'une façon merveilleuse.

Combien de marchands-détaillants se rendent comp-