

Tissus et Nouveautés

TISSUES & DRY GOODS

Revue Mensuelle

Publiée par La Compagnie de Publications des Marchands Détaillants du Canada, Limitée, 80 rue St Denis, Montréal, Téléphone : Est 1185, Boîte de Poste 917. Abonnement : dans tout le Canada et aux Etats-Unis \$1.00, strictement payable d'avance; France et Union Postale, 7.50 francs. L'abonnement est considéré comme renouvelé à moins d'avis contraire donné au moins 15 jours avant l'expiration, et ne cessera que sur un avis par écrit, adressé au bureau même du journal. Il n'est pas donné suite à un ordre de discontinuer que les arrérages et l'année en cours ne sont pas payés.

Adresser toutes communications simplement comme suit : TISSUS ET NUVEAUTÉS, MONTRÉAL, Can.

Représentant spécial pour la province d'Ontario : J. S. Robertson Co., Edifice Crown Life, Toronto.

Vol. XV

MONTREAL, MARS 1913

No 3

LA PRATIQUE COMMERCIALE

APRES L'INVENTAIRE.

Le travail à entreprendre.

A cette époque de l'année, les inventaires sont généralement terminés et chaque marchand-détaillant a devant lui son chiffre d'affaires pour 1912, aussi est-ce l'instant pour lui de projeter des améliorations pour la prochaine année, de s'ingénier à trouver les moyens de faire plus d'affaires avec des frais généraux moins considérables, s'il est possible.

Le marchand-détaillant entreprenant est souvent récompensé de ses efforts par le progrès qui caractérise son entreprise, mais il n'est jamais complètement satisfait du résultat obtenu, il ne doit jamais se contenter de sa situation présente. Il ne doit pas rester en place, il doit sans cesse aller de l'avant, créer de nouvelles visées et essayer d'accomplir des choses encore plus difficiles. Il se rend parfaitement compte que l'augmentation de ses affaires dans l'avenir dépendra de la satisfaction qu'il procure à ses clients actuels et il est de sa tâche de faire tout ce qui est en son pouvoir pour maintenir cette clientèle et augmenter le nombre de ses clients en leur donnant des marchandises de bonne valeur tout en obtenant des profits légitimes pour lui-même.

A l'inventaire, il devrait être pris note des marchandises qui restent en stock dans des proportions excessives et une décision devrait être arrêtée immédiatement pour assurer rapidement l'écoulement de ce surplus de stock.

Au cours de l'inventaire, il a été donné au détaillant de constater que certains articles n'ont pas produit suffisamment pour les risques et la peine que nécessite leur prise en stock. Il est donc urgent pour le marchand de sacrifier le profit de telles marchandises et d'en réaliser au plus tôt la valeur en argent.

Un bon étalage établi d'une façon attrayante dans le magasin avec des marchandises spécialement étiquetées de prix exceptionnels ne manquera pas d'intéresser le client et permettra au détaillant de se débarrasser des articles encombrants ou d'une vente peu aisée.

Un coup d'oeil jeté sur l'inventaire donnera de précieuses indications sur les commandes à faire dans la plupart des lignes et vous mettra en mesure de faire dès maintenant à coup sûr des commandes livrables en des temps donnés au cours de l'année.

Dans certains commerces on peut fixer à quelques dollars près la somme de stock nécessaire pour l'année et pour chaque

article; mais en général on ne peut faire cette approximation, sinon pour les principaux articles courants. Cependant, le commerçant qui a sous les yeux le stock à l'inventaire au 1er janvier 1912 et le stock à l'inventaire au 1er janvier 1913, ainsi que ses opérations d'achat au cours de l'année peut aisément passer des premiers ordres pour 1913 d'une façon rapide et intelligente.

Les articles défectueux.

Lorsqu'on établit l'inventaire, les marchandises défectueuses qui se sont accumulées durant l'année apparaissent en nombre et peuvent être examinées soigneusement. Quelques-unes de ces marchandises furent achetées avec pleines garanties et devront en conséquence être retournées sans surcis aux fournisseurs qui en fera le remplacement ou en donnera crédit au détaillant.

Certains de ces articles ne méritent guère une disqualification absolue, ils ont été remplacés par le marchand sur une réclamation plus ou moins justifiée du client, parce que le détaillant a jugé fort à propos que c'est de bonne politique de ne jamais contredire le client et de ne pas lui opposer des arguments qui, dans certains cas, loin d'avoir le pouvoir de le persuader, l'écartèrent à jamais de son magasin.

Un commerçant peut se permettre de supporter une perte de \$30 à \$40 sur de tels remplacements, les passer en vente spéciale avec les articles vendus au rabais pour dépréciation et déduire cette perte de la provision réservée annuellement à la publicité.

C'est un bon principe que d'agir ainsi, car il n'y a pas d'annonce qui ait une valeur supérieure à celle faite par les clients satisfaits et le marchand qui dépense de \$300 à \$500 d'annonces pour attirer les clients à son magasin ne devrait pas discuter avec le client qui s'obstine à réclamer sur la qualité d'un article de 25c ou 50c. Le marchand doit avant tout s'efforcer de plaire au client.

L'inventaire doit également mettre en évidence une catégorie d'articles dont une partie seulement a été vendue, montrant ainsi que le renouvellement des dits articles a été fait un peu trop libéralement.

Certains marchands établissent des règlements formels