

Un acheteur prudent examine son stock au commencement de la saison. Il sait qu'un bon moyen d'être renseigné sur le stock consiste à faire le relevé des marchandises une fois par semaine ou plus souvent, s'il est nécessaire. Cette liste du stock fournira l'histoire de chaque article en magasin; l'acheteur peut la vérifier en consultant ses assistants et les vendeurs. Il saura bientôt ainsi les genres qui doivent être commandés à nouveau et ceux qu'il faut abandonner.

Une vigilance constante est nécessaire pour se débarrasser des articles démodés.

Si un effet d'habillement ne se vend pas au bout de quatre semaines qu'il est en stock, marquez-le et faites-le entrer dans le lot spécial de vente hebdomadaire. S'il ne se vend pas à la première réduction de prix, diminuez encore ce prix et continuez ainsi jusqu'à ce que l'article soit vendu. Il vaut mieux qu'un acheteur fasse cette opération quand la saison est encore peu avancée, plutôt que d'attendre à plus tard. La raison en est évidente—il peut employer l'argent ainsi reçu pour acheter une marchandise profitable. L'acheteur systématique réussira certainement en employant des méthodes énergiques dans la conduite de son département.

VENDEZ POUR DONNER SATISFACTION

Ce titre semble étrange, cependant je trouve qu'il convient parfaitement au sujet que je désire traiter. Les marchands disent en général qu'ils vendent pour donner satisfaction. Mais est-ce bien vrai? C'est une question à laquelle le consommateur peut seul répondre. En tant qu'il ne s'agit que de notre propre satisfaction, cela est probablement vrai, mais ne répond pas aux affaires d'aujourd'hui. Empêcher des cents aujourd'hui et perdre des dollars plus tard est une bien pauvre manière d'agir.

Combien de vendeurs, et je pourrais dire de propriétaires sont fiers de la marchandise qu'ils voient sur leurs clientes après que la vente est faite? Pendant qu'ils font une vente, ils emploient toutes les phrases du vocabulaire pour dire tous les mérites d'un vêtement et pour expliquer à une cliente que ce vêtement lui irait bien; mais une fois que la cliente a fait un achat et l'a payé, personne ne s'occupe plus d'elle ni de ce qu'elle a acheté.

Le commis peut avoir remarqué que la couleur et la coupe ne vont pas à une personne, mais comme la cliente a montré de l'inclination pour cet effet particulier d'habillement, le commis l'a pressée de l'acheter, sans s'occuper de sa convenance.

De telles ventes sont mauvaises. Elles sont une critique du bon goût et du jugement du personnel d'un magasin.

TISSUS ET NOUVEAUTES

Le propriétaire d'un magasin et ses employés devraient être fiers d'avoir la clientèle la mieux habillée, sans s'occuper du prix, que les vêtements vendus soient d'un prix élevé, moyen ou bas.

De même qu'un architecte est fier des résultats d'un plan bien conçu et d'une maison construite avec goût, de même le personnel d'un magasin devrait être fier de ventes bien faites, de vêtements convenant parfaitement à ses clientes.

LA PERTE DE TEMPS ET D'ARGENT, FAUTE DE SYSTEME

Pourquoi ne pas administrer votre établissement d'après une base strictement systématique? L'homme qui a réussi posera cette question, car il sait combien le succès dépend de méthodes d'affaires modernes, exactes, parfaites.

Les choses à considérer pour la bonne direction d'un commerce de détail sont l'emplacement du magasin, la qualité et le prix des marchandises, la publicité et la sollicitation, l'aptitude à assurer un bon service et les méthodes économiques employées à l'intérieur.

Supposons que votre magasin soit bien situé, qu'il ait le stock nécessaire pour satisfaire aux demandes de votre clientèle et que vous sachiez comment et où faire de la publicité, vous n'êtes pas encore sur le chemin du succès complet, si votre aptitude à fournir un service convenable est entravée par des méthodes surannées et si vos profits sont absorbés par le gaspillage du temps et par des systèmes inefficaces de comptabilité et de tenue du stock.

Quand vos affaires marchent si également qu'il ne se produit jamais de froissement en répondant à une demande de renseignements par téléphone, à une demande pour d'autres marchandises ou à toute autre chose dont est chargé un système d'information; quand vos affaires sont administrées de telle sorte que les départements de contrats et d'expéditions ne vous mettent jamais en conflit avec vos clients; quand les écritures sont faites sans perte de temps ni d'énergie—alors vous êtes sur la voie du succès.

Etudiez les méthodes des maisons progressives, où tout est arrangé pour marcher sans à coup grâce à un système parfait. Veillez à ce que vos comptes soient faciles à trouver et à ce qu'ils contiennent des données complètes, tout en étant établis simplement et sans offrir aucune difficulté pour leur règlement.

Vous savez mieux que qui ce soit si le temps est gaspillé dans votre établissement et si vos profits disparaissent. Si vous ne savez pas comment y remédier, procurez vous les services de quelqu'un qui saura comment remettre les choses au point.



LAINAGES CHINOIS

La Chine a l'intention de donner à son armée moderne, des vêtements de laine, ce qui peut occasionner l'adoption générale des lainages dans tout le pays. Ce résultat a suivi la même mesure au Japon. Deux manufactures de lainages ont été établies récemment en Chine, qui fourniront les vêtements de laine demandés par la direction de l'armée, une de ces manufactures est à Shanghai, sa machinerie provient de Belgique; elle emploie actuellement plusieurs opérateurs Belges pour enseigner la fabrication aux ouvriers chinois. L'autre manufacture fut établie en 1908, à Chingho, à environ six miles de Pékin. Elle est munie d'une machinerie anglaise et emploie trois ou quatre opérateurs anglais. On prédit que les civils chinois suivront le mouvement de l'armée en portant des lainages, ce qui nécessitera l'augmentation du nombre des manufactures de lainages en Chine.



LA RECOLTE DU COTON EN 1909

Le Bureau des Statistiques du Département de l'Agriculture des Etats-Unis, a révisé son estimation préliminaire de la superficie cultivée en coton, l'année dernière, en se basant sur les résultats d'une investigation spéciale et sur le rapport du Bureau du Recensement pour la quantité de coton égrené, la saison dernière. La révision indique que la superficie cultivée en coton, l'année dernière, était d'environ 32,292,000 acres au lieu de 31,918,000 acres, telle qu'estimée au mois de juin dernier. Les chiffres révisés seront publiés comme base par le Bureau des Statistiques dans son estimation de la surface plantée en coton, cette année. En 1909, le rendement en coton est estimé à 154.3 livres par acre et la surface sur laquelle le coton a été cueilli, à 30,938,000 acres.

Les expéditions de laine d'Angleterre aux Etats-Unis, pendant le mois de mars, avaient une valeur de \$404,140 pour la laine anglaise et de \$373,115 pour la laine des colonies. Les exportations de lainages pour effets d'habillement ont atteint le chiffre de \$179,870 par rapport à \$148,170 en mars 1909. Le total de ces exportations pour le premier trimestre 1910 s'élève à \$638,070 contre \$601,935 pendant le premier trimestre 1909.