

Faites le compte des ventes que vous manquez en Poudre à Pâte

TOUT épicier connaît le nombre total de ses clients réguliers. Et il leur fournit la plus grande partie de leurs nécessités alimentaires. Il compte sur leur clientèle et leur confiance pour son existence commerciale, tandis qu'eux comptent sur lui pour recevoir un service avantageux et ce qu'il y a de meilleur en fait de produits alimentaires. Une confiance mutuelle est le résultat d'un traitement loyal d'un côté comme de l'autre. Toutes autres choses étant égales, le "client régulier" en général est content que ses besoins de cuisine soient remplis par l'épicier de la famille.

Mais quand il s'agit de poudre à pâte, l'épicier s'aperçoit qu'une proportion surprenante de ses clients réguliers achètent de lui tout ce qui est nécessaire pour la table, excepté la poudre à pâte. Il se peut qu'il ait 300 clients, dont 100 seulement achètent leur poudre à pâte à son magasin.

Ces affaires légitimes d'épicerie passent par quelque autre canal commercial, alors que *chaque boîte employée* devrait être commédée à l'épicier régulier—et dans l'intérêt de l'épicier chaque boîte devrait être de la Poudre à Pâte Egg-O.

La Poudre à Pâte Egg-O est soutenue par une publicité et une démonstration de vente qui coûtent des dizaines de milliers de dollars—et dont chaque dollar est dépensé pour faire venir au magasin de l'épicier la grande demande pour la poudre à pâte.

Permettez-nous de vous faire comprendre que tout effort de publicité, toute vente directe au consommateur faite par nos solliciteurs n'ont pour but que d'attirer au magasin d'épicerie qui y a droit, le commerce de poudre à pâte.

Tout ce que nous demandons à l'épicier, c'est une franche coopération et le sentiment d'enthousiasme qui sont les éléments de succès dans le commerce.

Faites de tous vos clients des acheteurs de poudre à pâte. Nous ferons l'impossible pour vous fournir un produit de la meilleure qualité pour que vos clients achètent chez vous—et vous demandent Egg-O.

Egg-O est en stock chez tous les marchands de gros.

The Egg-O Baking Powder Co., Ltd.

HAMILTON, CANADA.

Ecoulement Rapide-Bons Profits

Avec ces lignes

IDEAL SILVER CREAM

Une préparation supérieure pour polir l'argenterie, l'or, le cuivre, le bronze, pour nettoyer les glaces, miroirs, statues, etc. Ne détériore pas, ne reste pas dans les ciselures.

SNOW WHITE DRESSING

pour nettoyer les souillers en canevas, les souillers de tennis, etc. Ne jaunit pas et ne s'enlève pas. C'est le moment de pousser cette pâte.

BRITISH MILITARY POLISH

Un cirage à chaussures de haute qualité. Se fait en blanc, tan, chocolat et sang de boeuf.

KLONDIKE METAL POLISH

Un brillant liquide qui donne l'éclat du diamant à toutes sortes de métaux. Ne détériore pas, ne raye pas et ne dépose pas au fond de la boîte.

UNE PUBLICITE NATIONALE

fait connaître ces lignes d'un océan à l'autre. La demande est grande pour ces articles — Mettez-les en stock — Vendez-les.

Demandez à votre jobber. Ecrivez pour avoir un catalogue et prix courant.

Canadian Polishes, Limited

Successesurs de

DOMESTIC SPECIALTY Co. Ltd.

HAMILTON, ONTARIO

Ils veulent dire celles

d'EDDY

Quand un client demande "une boîte d'allumettes" sans spécifier une marque particulière, il est toujours plus sûr de remplir la commande avec celles d'Eddy.

Il y a dix chances contre une pour que le client ait dans l'idée celles d'Eddy. Penser aux allumettes, c'est penser à celles d'Eddy — 69 années de succès dans la fabrication des allumettes, ont fait du nom d'Eddy le symbole des meilleures allumettes dans l'esprit du public canadien.

Ayez toujours en stock les allumettes d'Eddy pour vous assurer de meilleures ventes et des clients satisfaits.

LES ARTICLES EN FIBRE DURCIE sont une autre ligne populaire d'Eddy qu'il est avantageux d'offrir aux clients. Ce sont des ustensiles légers, durables et sanitaires pour la maison, la ferme, n'importe où. Essayez-en un petit étalage dans un coin de votre magasin et vous verrez combien ces articles se vendent.

The E. B. Eddy Co., Ltd.

Hull, Canada.