

LE PRIX COURANT

REVUE HEBDOMADAIRE

Commerce, Finance, Industrie, Assurance, Etc.

EDITEURS

La Compagnie de Publications des Marchands Détailliers du Canada, Limitée,

Téléphone Bell Est 1185.

MONTREAL.

ABONNEMENT: Montréal et Banlieue, \$2.50 }
Canada et Etats-Unis, 2.00 } PAR AN.
Union Postale, - Frs. 20.00 }

Bureau de Montréal : 80 rue St-Denis.

Bureau de Toronto : Edifice Crown Life, J. S. Robertson & Co., représentants.

Bureau de Chicago : 215 rue South Market, Emmet C. Boyles, représentant.

Bureau de New-York : 903-904 Tribune Bldg., E. F. Olmsted, représentant.

Il n'est pas accepté d'abonnement pour moins d'une année.
A moins d'avis contraire par écrit, adressé directement à nos bureaux, 15 jours au moins avant la date d'expiration, l'abonnement est continué de plein droit.

Toute année commencée est due en entier.

L'abonnement ne cesse pas tant que les arrérages ne sont pas payés.

Tout chèque pour paiement d'abonnement doit être fait payable "au pair à Montréal."

Chèques, mandats, bons de poste doivent être faits payables à l'ordre de "Le Prix Courant".

Prière d'adresser les lettres, etc., simplement comme suit :

"LE PRIX COURANT", Montréal.

Fondé en 1887.

LE PRIX COURANT, Vendredi, 28 Mars 1913.

Vol. XLVI—No 13.

LE COMMERCE EN DÉTAIL EST UNE BATAILLE SANS MERCI

Avoir la qualité de bon acheteur dans une affaire commerciale, ne consiste pas simplement à s'assurer les prix les plus bas qui soient, et nous sommes persuadés que le marchand qui obtient un prix raisonnable pour l'achat de ses marchandises, et ce, sans perte de temps, ce qui lui permet de disposer de toutes ses heures pour la vente et pour le soin du magasin, est un meilleur acheteur que celui qui est obligé de passer une grande partie de ses journées au détriment de son département de vente pour obtenir un rabais de 2½ ou 5 p.c. Nombreux sont les marchands qui négligent l'attention qu'ils devraient apporter dans le placement de leur argent en marchandises. En dehors des moyens à prendre pour obtenir des profits nets, il n'y a rien d'aussi important et qui mérite une plus attentive considération que la question de savoir engager son argent à bon escient dans une certaine ligne.

Vos ventes augmentent ou diminuent suivant le nombre d'articles que vous offrez à la vente et non en proportion des quantités que vous possédez en stock de chaque article. Si vous prenez en stock et payez pour une fourniture de six semaines, alors qu'une fourniture de deux semaines vous suffirait aisément, vous aliérez sans aucune utilité une partie du capital dont vous disposez. En agissant ainsi, vous perdez non seulement l'intérêt du capital en lui-même, mais vous vous chargez du coût de magasinage de ces articles qui ne seront pas vendus dans les quinze jours et vous laisserez échapper le profit que vous auriez pu réaliser si vous aviez utilisé cette somme à acheter d'autres articles pour la vente.

Pour qu'une entreprise commerciale ait du succès, il faut qu'elle ait une méthode et on doit dans tous les départements de la maison reconnaître d'un coup d'oeil la politique qui la dirige. Une des meilleures politiques que nous connaissions consiste à ne vendre que des marchandises dignes de confiance à des prix raisonnables et de donner satisfaction au client quoiqu'il puisse en coûter.

La réciprocité de bon traitement, en plus de son pou-

voir d'efficacité, augmentera l'intérêt du consommateur aux affaires, et stimulera l'effort du personnel, créant une attitude mentale des plus favorables.

Les chiffres bruts des profits assurés par une vente, ne devront être que d'une considération secondaire. Le bon renom d'une maison est le plus souvent d'une importance beaucoup plus grande que le capital dont elle dispose.

Il faut obtenir un profit raisonnable

Est-il raisonnable de la part d'un marchand de se plaindre des bas prix? Non certes, car s'il pratique des prix trop bas, il devra les élever promptement. Il vaut mieux refuser des ordres que d'en prendre à des prix qui ne donnent aucun profit. Laissez d'autres se charger d'exécuter de tels ordres.

Quand un commerçant fait tout ce qui est en son pouvoir pour acheter économiquement et effectuer son travail avec méthode, il peut être bien persuadé que ce qui ne lui est pas profitable ne peut guère donner des profits à son concurrent. Aussi important que soit le volume d'affaires d'une maison, il ne saurait être de quelque valeur s'il ne possède la qualité de faire des profits. Un petit courant d'affaires établi sur une base profitable vaut mieux qu'un gros chiffre qui est absorbé par les salaires et autres dépenses. Un prix qui laisse une bonne marge de profit n'est pas une chose qui nécessite une longue discussion. L'homme qui proclame que la vente à très bas prix est la seule avantageuse se déclare par le fait même ou un frippon ou un fou. Nous connaissons des hommes qui ont essayé le jeu des "prix très réduits" pendant des années et nous avons la preuve qu'il n'y eut aucune stabilité dans leurs affaires; celles-ci furent purement occasionnelles, rarement un acheteur fréquenta deux fois leur magasin. C'est totalement différent avec l'homme qui ne fait pas mystère qu'il est en affaires pour obtenir des profits. Alors même que nous ne pouvons quelquefois payer ses prix, nous sommes forcés de le respecter.



TANGLEFOOT

Attrape 50,000,000,000 de mouches par année—de beaucoup plus que tous les autres moyens ensemble. Le Destructeur de Mouches Hygiénique.—Ne Contient pas de Poison.