

# LE PRIX COURANT

REVUE HEBDOMADAIRE

Commerce, Finance, Industrie, Assurance, Etc.

EDITEURS

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

Téléphone Est 1185.

MONTREAL.

Echange reliant tous les services:

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 New-York : Tribune Bldg., William D. Ward, 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, 15 Mai 1914.

Vol. XLVII — No 20.

## LE MOYEN DE S'ASSURER UNE CLIENTELE ET DE FAIRE UN BON CHIFFRE D'AFFAIRES.

Alors que beaucoup de commerçants se plaignent de l'état  
actuel des affaires, ne serait-il pas plus utile, au lieu de se  
lamenter, de chercher quels sont les moyens capables de vous  
faire traverser la crise actuelle sans que vous ayez trop à en  
souffrir. Nous allons dans le présent article montrer aux  
détaillants qu'une somme formidable d'argent leur est en-  
levée chaque année par d'autres et leur donner les moyens de  
lutter contre cet état de choses. Pour cela nous allons leur  
demander de faire eux-mêmes un petit calcul qui ne man-  
quera pas de les édifier.

Avez-vous un livre à adresses, ou un Annuaire de votre  
contrée?

Si oui, prenez-le, ouvrez-le sur votre table et munissez-  
vous d'une feuille de papier et d'un crayon; nous allons voir  
ensemble des choses qui vont vous surprendre.

Sur la carte de votre contrée, faites un petit trait, au  
crayon, entourant la région dans laquelle vous vendez nor-  
malement. Ce coup de crayon délimite, pour ainsi dire, votre  
domaine, votre patrimoine, votre petite patrie commerciale  
dont la capitale est votre ville.

Maintenant que le domaine est déterminé, faisons-en le  
recensement. Additionnez le nombre d'habitants résidant  
dans toutes les communes embrassées par le trait de crayon  
et notez bien ce chiffre.

Si vous vendez l'habillement ou des articles achetés par  
les deux sexes et par les gens de tous les âges, ce chiffre vous  
suffira; mais si vous vendez, soit aux adultes, soit à l'un des  
sexes seulement, divisez ce chiffre total en trois parts égales;  
la première vous représentera les femmes, la seconde les  
hommes, la troisième les enfants des deux sexes. Ce partage  
est très approximatif, mais il est suffisant pour ce que nous  
avons à faire.

En face du nombre d'individus qui vous intéresse, dres-  
sez la liste de tous les commerçants de votre ville vendant les  
mêmes articles que vous. Peu importe qu'ils en vendent peu  
ou beaucoup, ou qu'ils vendent d'autres choses aussi. Du  
moment qu'ils vous font concurrence sur un seul point, ins-  
crivez-les sur la liste.

Après ceux de votre localité, ajoutez tous ceux des pays  
voisins situés dans le domaine délimité par le coup de crayon.

Enfin, mettez votre propre nom à la fin de la liste.

Ceci fait, en regard de chaque nom, portez approxima-  
tivement le chiffre annuel d'affaires que fait chaque commer-  
çant dans ceux des articles qu'il tient et qui vous font con-  
currence. Notez exactement votre propre chiffre et faites  
l'addition.

Ne nous dites pas que vous ne savez pas, à quelques mil-  
liers de piastres près, ce que font vos collègues, car vous  
pouvez l'évaluer à peu près. Soyez même large dans vos  
appréciations. Elles ne combleront jamais le fossé profond  
que nous allons découvrir tout à l'heure.

Donc, vous avez totalisé le chiffre d'affaires supposé de  
tous les commerçants vendant exactement les mêmes articles  
que vous dans le rayon où vous vendez. Nous vous permet-  
tons encore d'arrondir les chiffres si le coeur vous en dit,  
afin de parer aux omissions.

Maintenant, essayez d'estimer la somme que peut dépen-  
ser, bon an mal an, l'un de vos clients dans les articles que  
vous vendez; ou, si vous aimez mieux, combien croyez-vous  
qu'un de vos clients puisse dépenser par an s'il ne prend que  
chez vous les articles que vous tenez?

Une fois que ce chiffre est à peu près fixé, nous vous  
laissons la faculté de le majorer de 10 pour cent pour im-  
prévu. Votre estimation, majorée de 10 pour cent, va donc



# TANGLEFOOT

L'hygiénique destructeur de mouches—Non poison.

Attrape 50,000,000,000 de mouches par an—beaucoup plus que tous les autres moyens combinés. Les  
poisons sont dangereux.