

Ferronnerie, Quincaillerie, Peinture Matériaux de Construction, Etc.

LA PRESENCE DU PATRON

Un des éléments de réussite du magasin de détail, du petit et moyen magasin, réside dans la "personnalité" de la maison condensée dans une unité: le patron. Si nous employons le mot patron, qui nous semble évoquer seulement les discussions avec le personnel, et qui laisse derrière lui une impression quelque peu péjorative, c'est que l'habitude, le sens populaire l'a ancré dans nos moeurs. Aussi bien, pouvons-nous l'ennoblir à nouveau, en rappelant son origine latine: "pater", le père. Le patron est, en effet, le père de famille, le père de ses employés et aussi quelque peu le père et fournisseur intelligent de sa clientèle.

Mais notre but n'est pas de réhabiliter un mot, ou de faire de l'éthymologie. Aussi allons-nous nous efforcer de démontrer toute la grandeur du rôle du patron.

Dans un grand magasin, il n'y a pas de patron, il y a des patrons et plus il y en a, moins le public en voit. L'acheteur qui entre dans un grand magasin, sait que, s'il y trouve du choix et parfois des prix, il est à la merci de l'indolence ou de l'insolence d'un employé grincheux ou saboteur, choses rares, mais qui existent cependant.

Les réclamations, elles-mêmes, ne sont jamais reçues que par un service spécial et l'on a l'impression nette que ceux chargés d'examiner le cas, et qui ne sont pas des patrons, le feront avec nonchalance et négligence, quand ce n'est pas avec arbitraire.

Les grands magasins nous pardonneront cette critique, mais ils savent que, malgré leur organisation splendide, l'absence et l'impossibilité d'un patron rend impossible toute surveillance réelle et efficace et enlève toute personnalité à la maison. L'anonymat de la société propriétaire du magasin s'est transporté sur la vente. La maison est anonyme, les vendeurs sont eux-mêmes anonymes, car, se changeant assez souvent, on ne les connaît pas.

Dans un magasin de détail, petit ou moyen, l'acheteuse a plutôt l'impression d'aller chez une connaissance. L'acheteuse est presque toujours navrée et désorientée, lorsqu'il y a un changement de patron. Tout cela, parce que la clientèle s'attache, non à la maison, mais à l'individu qui la dirige.

Même si vous êtes secondé par un certain nombre de vendeurs, l'acheteur aime à vous apercevoir. La meilleure preuve, c'est que dès son entrée, son regard inquiet erre dans le magasin, moins en quête de l'article cherché que du patron, dont la présence reconforte. On sait que, lorsque le patron est là, les petites faiblesses humaines de ses collaborateurs s'atténuent et que tous sont des prolongations de sa façon de penser, de voir et d'agir. La personnalité du chef de maison s'étend donc à tout son personnel.

Du reste, dans le cas où le patron ne peut servir tout le monde, s'il est à la caisse, qu'il traverse le magasin, son devoir d'urbanité et de politesse d'abord, et son intérêt ensuite, font qu'il doit, pour le moins, saluer de loin d'un air qui montre qu'il reconnaît sa clientèle et qu'il lui sait gré de lui renouveler sa confiance.

S'il le peut, il doit venir jusqu'à la personne et lui adresser quelques mots aimables.

Du reste, s'il est permis à un employé de ne pas connaî-

tre tous les clients, le chef de maison doit pouvoir, dès qu'un client entre, mettre un nom sur sa figure. S'il s'agit d'un nouveau venu, il doit s'informer du nom et, dans l'impossibilité, se rappeler dans quelles circonstances ce client est venu pour la première fois.

En opérant ainsi, le patron d'une maison de moyenne importance aura créé une clientèle qui lui sera attachée, sinon il sera, comme le grand magasin, possesseur d'une clientèle instable, que la publicité de ses concurrents aura tôt fait de lui arracher.

Ce qui est exact pour la maison de moyenne importance, est encore plus vrai pour le petit détaillant, qui assure la vente par lui-même ou par sa famille, assisté d'un auxiliaire de vente. Si l'on vient à son magasin, c'est que l'on s'attend à l'y trouver. On tient à son opinion dans le choix d'un article, on aime sa garantie finale, lorsqu'on a un doute sur la qualité d'un article.

Bien souvent, le patron laisse à sa femme le soin de le remplacer, soit qu'il n'ait pas le temps de paraître au magasin, en raison d'autres occupations, soit qu'il ne se reconnaisse pas de goût pour la vente. Cette façon de procéder constitue une faute réelle. Un commerçant qui n'a pas le goût de la vente doit choisir une autre profession. Mais aussi bien, il est permis au patron de ne pas avoir le goût de vendre, s'il sait attester sa présence. Qu'il soit présent au magasin, où il pourra s'occuper de telle besogne conforme à ses aptitudes, publicité de la maison au sujet de laquelle il recueillera les avis de la clientèle, achats d'articles nouveaux pour lesquels il demandera l'opinion des personnes au magasin, etc...

Ainsi, un patron qui n'a pas le tempérament vendeur, ce qui est regrettable, rachètera-t-il largement son inaptitude sur ce point. Il se fera une réputation d'amabilité, de prévenance et sa seule présence sera un réconfort pour la clientèle.

Nous savons que nous venons de parler pour une minorité, la plupart des chefs de maisons sachant la valeur de leur présence au magasin et ayant plaisir d'être en contact permanent avec leur clientèle, mais il n'était pas mauvais de rappeler que la présence du patron au magasin est un des facteurs de vente et de prospérité du magasin de détail.

RECETTE

Un de nos confrères donnait récemment une formule d'encaustique à l'eau, pour remplacer les encaustiques à l'essence de térébentine, particulièrement inflammables. On fait d'abord, et à chaud, une mixture de 50 à 60 grammes de savon de Marseille bien râpé dans un 1/2 litre d'eau, tandis que le mélange est encore bouillant, on l'additionne de 10 grammes de carbonate de potasse anhydre, puis on y jette également 50 grammes de cire d'abeille, ce qui est essentiel. On remue bien, et on met en bouteille ou dans un récipient bien fermé. Quand on veut se servir de cette encaustique, il faut la faire chauffer pour qu'elle se liquéfie. L'addition du carbonate de potasse lui vaudrait de sécher très rapidement, alors que les encaustiques ordinaires demandent longtemps pour sécher.