

LE PRIX COURANT

REVUE HEBDOMADAIRE

Commerce, Finance, Industrie, Assurance, Etc.

EDITEURS

Compagnie de Publications des Marchands Détailliers
du Canada, Limitée,

Téléphone Est 1185.

MONTREAL.

Echange reliant tous les services:

Montréal et Banlieue . . \$2.50

ABONNEMENT: Canada et Etats-Unis . . 2.00 PAR AN.

Union Postale, Frs. . . . 20.00

Bureau de Montréal: 80 rue St-Denis.

Circulation amalgamée

Le Prix Courant,
Le Journal des Marchands-Détailliers,
Liqueurs et Tabacs,
Tissus et Nouveautés.

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, 14 Avril 1916.

Vol. XXIX.—No. 16.

PAQUES, LE TEMPS DES AFFAIRES

Dans une semaine nous serons au joyeux temps de Pâques. et cette perspective doit avoir une signification toute particulière pour le marchand-détaillant soucieux de voir prospérer ses affaires et de réaliser de bons profits.

Pendant toute la période de carême beaucoup de personnes se sont abstenues de faire des dépenses de luxe, on s'est efforcé de suivre un vie sobre et sans plaisir, on a économisé à coup sûr. pas mal de dollars et quand Pâques va venir avec sa resplendissante auréole de Printemps et de soleil, on va dépenser libéralement tout cet argent en réserve pour fêter dignement ce glorieux anniversaire et aussi le retour de la belle saison.

Il est peu de fêtes qui revêtent un caractère de joie et de bien-être aussi intense que Pâques. C'est un jour béni qui semble être le point de départ d'une ère nouvelle de prospérité pour toutes les familles. A la veille de cette date, les garde-robes se renouvellent, les garde-manger se remplissent, les caves se garnissent de bonnes bouteilles, et l'élan de bien-être et de la satisfaction est donné pour un bon laps de temps.

Et puisque Pâques est une date annuelle qui suscite les appétits de dépense, qui prédispose aux prodigalités, qui fait appel aux réjouissances et à la bonne chair, il faut que le marchand-détaillant sache répondre généreusement à ces multiples besoins créés par cette magnifique fête et prenne les moyens d'en profiter aussi largement qu'il le pourra.

Le marchand-détaillant qui laisse passer de telles occasions sans tenter un effort pour en bénéficier ne saurait atteindre au succès. Il faut, lorsque l'on est dans le commerce, être à l'affût de toutes ces opportunités merveilleuses qui sont une véritable manne pour le magasin et savoir aller au-devant des désirs et des demandes qui ne peuvent manquer de se manifester à certaines époques de l'année et qui sont passés à l'état conditionnel tellement ils font partie de nos coutumes de nos manières de vivre.

Comment le marchand-détaillant bénéficiera-t-il de

cet état d'esprit créé parmi le consommateur par l'approche des fêtes de Pâques?

Il y a des moyens multiples d'organiser à cette époque, une campagne attrayante qui puisse conduire les pas de l'acheteur chez le marchand, mais le plus simple et celui à la portée de tous est encore: l'étalage dans les vitrines.

Ah! vos vitrines, elles doivent être resplendissantes, agréables à voir, elles doivent faire des propositions alléchantes à tous les passants, elles doivent attirer par leur clarté et captiver par ce qu'elles renferment de produits ou articles susceptibles de créer le désir et de faire pénétrer l'indifférent dans votre magasin où vous le recevrez avec un bon sourire et des manières prévenantes. Et surtout que vos commis ne s'impatientent pas de l'afflux de la foule, qu'ils ne soient pas grossiers sous le prétexte que tout le monde veut se faire servir à la fois.

Avant toutes choses, nous vous conseillerons donc de faire dès le commencement de la semaine prochaine un nettoyage en règle de votre magasin. Que tout y soit net, en ordre, gai. Renouvelez les papeteries passées, les ornements défraîchis, faites-en la toilette complète de manière à ce que le client trouve en entrant chez vous, un air de fête de bon aloi qui le mettra de suite de bonne humeur et l'animera des meilleures dispositions à votre égard. Apportez ensuite un soin tout particulier à la garniture de votre vitrine. C'est elle qui est votre avocat et combien éloquent, si vous savez le faire parler par les multiples voix de l'annonce. Remarquez bien qu'il ne s'agit pas là pour vous de faire des frais disproportionnés ou d'exposer des dépenses exagérées. Non. Votre-grosse dépense en pareil cas est une dépense d'initiative. Cela ne coûte pas cher et cela rapporte beaucoup. Demandez à vos fournisseurs qu'ils vous suggèrent des idées d'étalage si vous vous trouvez embarrassé; ils se feront un plaisir de vous aider et vous enverront sans se faire prier de superbes ornements qui annonceront leurs produits, et enjoliveront votre magasin.

VOS CLIENTS LE CONNAISSENT COMME ETANT

"Continuellement bon"

VENDU PAR VOTRE MARCHAND EN GROS

TABAC
STAG
A CHIQUER