

monde, aussi bien le patron que l'employé, et l'on entend souvent des vendeurs tenir ce langage: "Pourquoi ne pas dépenser un peu moins d'argent pour la réclame et augmenter mon rayon d'un vendeur? ou bien, pourquoi ne pas réduire les annonces et grossir mon salaire? je travaillerai plus ferme, le résultat serait le même".

Les changements préconisés par de tels employés ne sauraient remplacer la réclame, ni en tenir lieu, l'aide efficace et l'influence constante de cette dernière ne peuvent être obtenues par aucun autre moyen.

Le consommateur est le maître souverain de ses préférences et c'est sur lui qu'il faut agir à tous instants en orientant son goût sur tels articles.

Il est à peine besoin de discuter cette nécessité de la réclame, tout homme de vente intelligent et honnête ne saurait en nier l'efficacité ni douter de ses résultats surprenants, il est mieux placé que quiconque pour le savoir puisqu'il en tire lui-même profit.

Ces résultats cependant, ne viennent pas du jour au lendemain, il faut parfois attendre plus d'une année, mais c'est une force qui s'enfle progressivement et qui devient toute-puissante, avec de la persistance et de la patience.

Infailliblement, vous obtiendrez des résultats, si votre proposition est basée sur l'honnêteté et si les marchandises que vous annoncez sont de qualité supérieure ou même de qualité courante.

La durée de la réclame

On se demande souvent combien de réclame il faut faire et pendant combien de temps il faut la continuer pour que le produit ainsi annoncé devienne familier au public.

Que répondre à cela? sinon qu'en toutes matières la meilleure méthode à suivre est celle pratiquée par ceux qui ont arrivés au succès avant nous.

Où faire de la réclame? Partout où l'oeil du public se pose, dans les rues, par les affiches; dans les revues, dans les journaux, dans les magasins, etc...

Il est à remarquer que les plus grosses maisons sont celles qui font le plus de réclame, et que les articles les plus connus et les plus populaires sont ceux qui sont annoncés constamment. Nos marques nationales les plus répandues verront leur popularité décroître insensiblement jusqu'à l'oubli complet, du jour où elles cesseront d'être annoncées. On n'en parlera plus alors, que comme d'une chose ancienne et lointaine.

Avant de terminer, laissez-nous examiner en deux mots la réelle mission de la réclame, sa valeur permanente et sa fonction en tant qu'assurance de commerce.

Nous sommes à une époque où les assurances se sont ingénies à nous protéger et à nous garantir contre toutes sortes de pertes. Vous pouvez vous assurer contre le feu, contre le bris des glaces de vos vitrines, contre l'infidélité d'un employé.

Pourquoi n'assurerez-vous pas vos ventes et vos affaires? C'est là, la véritable mission de la réclame moderne.

La prime, représentée par le coût de l'assurance, est proportionnée à la sécurité à obtenir, elle n'est pas plus élevée que celle de toute autre assurance, bien au contraire, elle est considérablement plus minime et peut passer pour une dépense infime.

Toute autre espèce d'assurance est une perte absolument sans profit, tant qu'il n'y a pas matière à revendication, tant que l'assurance de commerce, représentée par l'annonce, apporte un profit direct. Non seulement elle enrayer la perte qui pourrait entraîner une diminution d'affaires, mais elle garantit contre le risque d'être contraint par la concurrence à diminuer le taux du bénéfice.

Considérez la réclame, sous ce jour, si vous ne l'avez fait jusqu'ici; c'est sa véritable raison d'être. Contractez une prime et vous garantirez vos affaires.

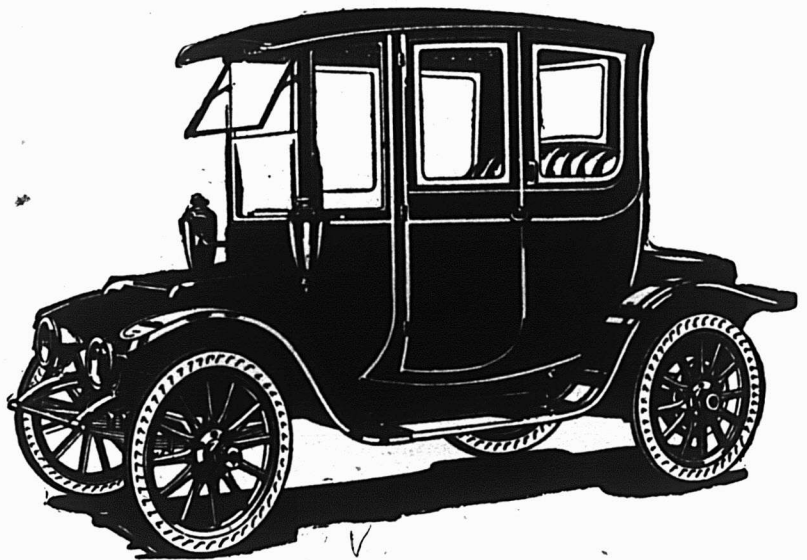
Et n'oubliez pas qu'une marque de fabrique dont la valeur est bien établie et dont le mérite est connu, supportera les assauts de toutes les concurrences aussi longtemps qu'une police de réclame en maintiendra la renommée.

"THE DETROIT"

La nouvelle automobile électrique permettant de couvrir de grandes distances

Il est unanimement reconnu que l'automobile électrique est le moyen de transport idéal pour la ville et les courses suburbaines. Elle est silencieuse et exempte de trépidations. Il n'est pas nécessaire d'un chauffeur pour la conduire, car elle est si douce et son mécanisme si simple qu'une femme peut en prendre la direction sans crainte et avec une sûreté absolue.

Elle peut parcourir 80 milles dans Montréal avec une simple charge. Le coût de son entretien comprenant, le nettoyage, le garage, la charge, et l'appel pour la conduire à domicile n'est que de 50 dollars par mois. Jusqu'à ces dernières années, le point faible dans le véhicule automobile,



était la batterie. On y a remédié complètement par l'apparition sur le marché d'une nouvelle batterie construite par la "Edison Storage Battery Company" et corrigeant tous les points défectueux de la première.

Munie d'une Batterie Edison, l'automobile électrique est assurée du succès, car elle porte la garantie pour 4 ans du plein développement de capacité. La surcharge n'occasionne aucune vibration pas plus que la forte décharge nécessaire pour gravir une côte.

La "Detroit Electric" est la plus belle automobile électrique qui soit fabriquée non seulement par son apparence et son style, mais aussi par la supériorité de construction de son mécanisme et ses qualités de parfait roulement.

Agent pour Montréal,

Harold Cooke, 590 Sherbrooke St., West, Téléph. Up 5040

TERRAIN A VENDRE

Site magnifique, rue Williams près de la rue McGill (à l'ouest), 72 pieds de façade rue Williams, 94 pieds de profondeur, fait face sur trois rues. Bon marché, conditions faciles, peu d'argent comptant. S'adresser à J.-A. B., bureau du "Prix Courant", 80 rue St-Denis, Montréal.