

LE MANUEL DE L'EMPLOYÉ.

LA MANIERE DE DOUBLER SON EFFICACITE

Notre époque est caractérisée particulièrement par l'extraordinaire activité du commerce et nous estimons qu'une telle situation ne devrait pas laisser indifférents ceux qui sont engagés dans ce gigantesque mouvement, patrons ou employés, et que ces derniers surtout devraient être à l'affût de tout ce qui peut les instruire dans cet ordre d'idées et augmenter leur capacité et leur valeur.

Nous voudrions pouvoir inculquer cette idée aux employés qu'il est nécessaire pour leur avancement de fournir un effort continu pour remplir leur emploi d'une façon toujours améliorée et que c'est leur propre intérêt en même temps que celui des maisons dont il font partie d'augmenter jour à jour leurs connaissances et de se perfectionner sans cesse.

Nous aimerions à ce que les patrons de maisons importantes placent dans leur magasin une boîte destinée à recevoir les notes ou suggestions des employés, ainsi que tout ce que leur imagination peut concevoir pour l'amélioration des conditions du commerce auquel ils sont attachés. Toutes les propositions y seraient reçues et examinées avec soin. Cette pratique fort simple ne manquerait pas de stimuler le zèle de l'employé et ferait naître en lui un légitime amour-propre qui ne pourrait avoir que d'heureux résultats; il se sentirait quel qu'un dans la maison, il serait fier de voir qu'on le considère réellement comme un membre bien distinct de ce vaste organisme qu'est une entreprise commerciale et qu'on ne dédaigne pas son avis; que bien au contraire on le sollicite et qu'on en fera usage s'il est sensé et susceptible de résultats. Adopter un tel système serait créer de l'enthousiasme parmi son personnel et ne l'oublions pas, l'enthousiasme est une grande force en matière de vente plus qu'en aucune autre.

Tout employé d'une maison importante devrait s'appliquer à lire les annonces fréquentes que celle-ci fait dans les journaux locaux et ne pas se désintéresser de celles des maisons concurrentes. Chaque vendeur devrait s'ingénier à découvrir des manières originales de disposer les marchandises dans les vitrines d'une façon alléchante et noter pour en faire part à son patron les articles qu'il serait bon, à son avis, d'annoncer spécialement.

Le bon vendeur doit en tous temps s'appliquer à tenir son stock en ordre et dans un état de fraîcheur qui lui vaille l'attention; il doit également disposer les objets à vendre de telle façon qu'il lui soit facile des les atteindre sans être obligé de faire attendre son client pendant de longues minutes de recherches parfois vaines. Ceci s'applique particulièrement aux marchandises annoncées récemment et qui sont par conséquent susceptibles d'être demandées à tous instants; si ces articles ne sont pas à portée de la main, leur recherche devient lassante pour le client et peut faire manquer la vente.

Dans un autre ordre d'idées nous disons au commis de vente: Dans maintes occasions vous devez vous efforcer de vendre des articles de qualité supérieure à ceux annoncés. Par exemple, si votre maison annonce un article à \$1.00 et qu'un client se présente à votre comptoir pour en faire l'achat, bien entendu, donnez satisfaction au visiteur en lui présentant l'article demandé, mais en outre, avec beaucoup de diplomatie et de doigté, vous pouvez l'inviter à jeter un coup d'oeil sur celui de \$1.25 ou même quelqu'autre de meilleure qualité encore. Beaucoup de clients vous demandent un article annoncé parce qu'ils n'en connaissent pas d'autres, mais ce n'est pas spécialement celui-là qu'ils désirent, et si avec beaucoup de tact vous lui suggérez l'achat d'un article de bien meilleure qualité, bien que d'un prix supérieur, vous avez dix chances pour une d'effectuer une vente qui donnera certainement toute satisfaction et à votre patron et à votre client. Mais encore faut-il agir très prudemment dans cette

sollicitation pour ne pas indisposer le client, c'est une affaire de jugement personnel dont la possession n'est pas une des moindres qualités du bon vendeur.

Lorsque vous faites une vente ne promettez rien que vous ne puissiez tenir et n'annoncez pas des qualités qu'un article ne possède pas, vous vous attireriez de graves ennuis et feriez infliger un blâme sévère à votre maison. N'avancez jamais que vous êtes capables de faire une livraison dans un délai anormal sans en référer à quelqu'un ayant autorité pour prendre cette responsabilité. Deux raisons vous engagent à agir avec cette prudence. D'abord parce que cela prouve à votre client tout le respect que vous avez de votre parole donnée et par conséquent combien vous prenez soin de ses intérêts, ensuite, cela vous met à l'abri d'une erreur ou d'une défection.

Sans doute, vous êtes sujets à commettre des erreurs, les maisons les mieux organisées n'en sont pas exemptes, mais lorsque votre supérieur vous signale la faute ne prenez pas un air blessant d'indifférence, car si le plus souvent on relève ces déficiences c'est moins pour une réprimande que pour prévenir le retour de ces mêmes erreurs dans l'avenir.

Lorsque vous travaillez pour quelqu'un, consacrez-lui toute votre puissance de travail. Une personne qui vous paye un salaire est votre soutien, de même vous devez l'appuyer en toutes circonstances, lui donner toute la capacité de votre labeur, parler de lui en bien et penser bien de lui. Il nous semble que celui qui veut véritablement mériter le qualificatif d'employé d'une maison doit travailler pour elle non seulement une partie de la journée, mais en tous lieux et heures. Pour ce qui est de la loyauté elle doit être sans restriction. Il ne s'agit pas d'être loyal dans certaines occasions et de ne pas l'être dans d'autres, il faut l'être tout à fait ou pas du tout. Il n'y a pas de milieu en pareille matière. Si vous n'êtes honnêtes qu'à un certain degré, votre honnêteté n'est plus une vertu, mais une simple ruse. Si vous devez continuellement médire de votre maison et la déprécier parmi vos relations, quittez-là, alors seulement vous pourrez en dire à votre aise tout le mal qu'il vous plaira, mais tant que vous en faites partie n'ouvrez jamais la bouche pour en mal parler. Non pas que votre désavantageuse appréciation puisse porter atteinte à votre maison, non, mais parce que lorsque par vos dires vous dépréciez et essayez de diminuer votre maison, c'est vous-mêmes que vous abaissez. Et n'oubliez pas cela. "Je ne me rappelle pas" n'est pas une excuse dans le commerce.

Nous pouvons dire avec certitude que jamais un employé correct n'a été renvoyé d'une maison prospère. Tout réside dans la loyauté.

Emerson définit le commerce: l'attrait et le passage de marchandises d'un endroit où elles sont en abondance dans un autre où elles sont réclamées comme besoins, et cette pensée indique bien la nécessité du vendeur.

Lorsque vous vendez les articles de votre stock, si vous êtes trop surchargés des uns et à court des autres, usez de votre jugement pour rétablir l'équilibre et remettre le tout dans des proportions normales. Un bon vendeur sait exploiter les mérites de chacun de ses articles de telle sorte que son stock se réduit automatiquement et régulièrement sans qu'un seul objet soit complètement négligé. Cette uniformité de vente ne peut évidemment s'appliquer aux tailles dans les vêtements, chapeaux, chaussures, etc., car personne ne peut réglementer cette condition.

Récemment nous pénétrions dans un magasin pour faire l'achat d'un article de marque qui se vendait trois prix différents: 50c, \$1.50 et \$3.50. Nous avions lu l'annonce du dit article et désirions acquérir la qualité à \$1.50, nous fîmes part de notre désir à la vendeuse qui se présenta et elle nous ré-