

plus vite et porte des fleurs magnifiques au bout de peu de temps; mais elle meurt bientôt, tandis que la plante robuste de jardin se développe lentement et quand elle pousse des boutons, elle continue à fleurir longtemps après que la première a dépéri et est morte.

"N'oublie pas que ton succès ne dépend pas du fait d'être connu de chaque homme, chaque femme et chaque enfant de la communauté.

"N'oublie pas que tes dépenses sont fixées et qu'il y a une limite à la somme qu'un petit commerce comme le tien peut consacrer à la publicité.

"N'oublie pas que ton commerce doit avoir une personnalité, être connu pour une certaine chose; modernisme, propriété, variété, qualité des marchandises, bas prix ou quelque chose dont le public se souviendra toujours quand il pensera à une certaine sorte de marchandises."

L'ART DE L'ACHETEUR

Des gens se demandent souvent pourquoi de grandes maisons de commerce paient de hauts salaires à des acheteurs, quand presque n'importe qui peut acheter des marchandises, puisque tout ce qu'il y a à faire consiste simplement à commander des marchandises que l'on pense devoir se vendre ou qui sont sur le marché en ce moment.

Toutefois ces personnes commettent une grave erreur, dit "Buyers' Magazine", car les achats constituent un art, et une grande responsabilité incombe à l'homme qui doit engager sa réputation ou celle de quelqu'un d'autre. Il est peu d'agents acheteurs, qui n'éprouvent une certaine timidité après avoir placé un ordre, à moins que ces agents n'aient l'expérience et ne connaissent bien l'article qui fait l'objet de leur transaction. Même quand un acheteur connaît bien ce qui se vendra, il est nerveux quand il a engagé sa responsabilité en donnant un ordre, si les marchandises qu'il a achetées se vendent à des prix à peu près convenables. La raison en est probablement que l'acheteur sait qu'il y a un certain aléa dans toute affaire. Un marchand peut être certain de ses dépenses, mais non de ses ventes. Tout dépend de ses rentrées et c'est à lui de les effectuer et de les améliorer. C'est là que se manifeste l'art de l'acheteur, et une légère négligence dans ce sens met souvent un homme dans une difficulté sérieuse.

L'expérience prouve qu'aucun homme ordinaire ne peut prévoir ce que le public achètera, parce que des articles tentent le public de tant de manières différentes. Une chose que l'acheteur pense devoir être une bonne ligne de vente et bien digne du prix qui en est demandé, ne se vendra parfois pas du tout; il faut donc exercer un soin extrême dans l'achat de nouvelles marchandises.

Tout commerçant sait que le public acheteur est très capricieux; aussi quand un article particulier est produit, quand le marchand essaie de vendre quelques-uns de ces objets et s'aperçoit que leur vente est facile, il est souvent tenté d'acheter une quantité qui lui reste pour compte pendant des mois et quelquefois des années.

L'art de l'acheteur consiste à se tenir à la hauteur de la demande, sans la dépasser. Une demande soudaine pour un article spécial est souvent excessivement trompeuse. Le marchand sait seulement qu'il vend la marchandise; il ne peut pas naturellement connaître les causes des ventes qui peuvent être complètement différentes de celles qu'il imagine. Mettant de côté le plan adopté par certaines personnes qui s'arrangent pour qu'une demande persistante ait lieu dans un magasin pour un certain article et qui entrent alors en scène avec la chose en question, alors que le commerçant est fatigué de perdre des ventes, la vente de trois ou quatre articles l'un après l'autre ne devrait pas induire le détaillant en erreur.

Il arrive fréquemment que des objets ne faisant pas partie de ceux qui se vendent couramment, se vendent par couples, mais c'est là une de ces coïncidences qui se produisent dans toutes les branches du commerce; il peut se faire aussi que les deux clients acheteurs se connaissent ou que l'un a recommandé à l'autre l'article en question. Le détaillant pense que ces marchandises particulières se vendent et en commande une bonne quantité, ce qui a souvent pour résultat d'encroûter ses rayons d'un stock invendable.

Bien que cela ne soit pas communément reconnu, les affaires d'un détaillant dépendent beaucoup de ses achats, car des achats inconsidérés lient les mains du marchand d'une manière qui ne peut manquer de causer beaucoup d'ennui et des regrets inutiles. Il n'y a peut-être pas de plus grand reproche à faire à un marchand que de lui indiquer une quantité de marchandises qui ne se sont pas vendues. Elles perdent une grande partie de leur valeur à ses yeux et, quoique en mains depuis longtemps, elles ne sont pas l'objet du soin et du respect que leur coût justifie. En termes de métier, les choses qui ne se vendent pas, ne sont pas bonnes, quelle que soit leur valeur intrinsèque et, comme en général, le détaillant a placé dans son commerce un capital simplement suffisant pour faire marcher ses affaires grâce à un prompt renouvellement, il ne peut pas immobiliser des marchandises qui seront un poids mort et entraveront les progrès de ses affaires. Il faut qu'il ait de la variété, mais il est souvent entraîné à acheter plus que ce dont il a besoin afin d'obtenir un escompte supplémentaire. On attache peut-être trop d'importance à ces escomptes dans le

commerce de détail. Ils ne sont pas à dédaigner, mais si, pour obtenir une légère réduction du prix d'un article, il faut en prendre une quantité et la garder pendant des mois, l'avantage de cet escompte est bientôt perdu, parce que l'argent consacré à l'achat des marchandises pourrait se renouveler plusieurs fois s'il était employé dans une autre direction.

Le grand art de l'acheteur consiste à être toujours maître de la situation et, pour maintenir cette position, le détaillant devrait faire ses achats dans un aussi grand nombre que possible de maisons, en admettant que les conditions d'achat soient également bonnes partout. En règle générale, il vaut beaucoup mieux partager une somme de \$200 en trois ou quatre parties et la répartir entre divers fournisseurs que de placer cette somme chez un seul fournisseur, à moins, bien entendu qu'on ne soit à même de payer comptant. Le capital du détaillant est d'habitude placé dans son établissement, et ce détaillant conserve très peu d'argent inactif. Il met en banque ses rentrées et paie ses comptes à mesure qu'ils se présentent à tour de rôle.

Mais il ne connaît pas toujours la situation de ceux avec qui il traite. Si donc, pour quelque raison, une firme juge nécessaire d'exiger un paiement hors de son tour et s'il lui a donné une bonne commande, un certain déplacement d'argent a lieu et le marchand est gêné par la demande; fréquemment il se tourmente et se met dans un état tel qu'il ne peut plus administrer ses affaires avec ce sang-froid qui, aux époques de calme temporaire dans le commerce, est des plus essentiels pour son avenir. Beaucoup d'hommes se mettent dans la difficulté de cette manière, tandis que, si la commande a été divisée et si son montant est relativement faible, le détaillant peut facilement payer; d'autre part, les maisons de gros ne sont pas aussi inquiètes au sujet du paiement.

Pour cette raison, il faut déconseiller les comptes élevés, car tout ce qui compromet la situation du détaillant doit être évité. Il y a des hommes qui limitent leurs comptes à \$50 et restent ainsi tous les jours maîtres de leurs affaires. Ceux-là sont, bien entendu, dans un commerce relativement peu important, mais le principe s'applique proportionnellement à tout le commerce.

On rencontre souvent des hommes qui n'achètent que ce qui leur plaît personnellement et ne se procurent jamais quelque chose qui ne convienne pas à leur goût. Ces hommes ont un esprit très borné, car un commerçant est, avant tout, un distributeur et ne peut se permettre d'avoir du goût ou de l'aversion pour telle ou telle chose. Il doit vendre les marchandises que les clients désirent acheter, et son art d'acheteur lui apprend à faire des choix judicieux dans le but de faciliter ses ventes. Avec ce but en vue.