de vingt à trente mots et si ce bureau était appelé à écrire des articles de trois ou quatre pages pour un magasin, il n'y a pas le moindre doute qu'il le ferait en courtes phrases. Elles semblent atteindre le but proposé.

Le marchand qui annonce sa marchandise ne doit pas perdre de vue qu'il ne fait que parler à ses clients, qu'il leur fait connaître ce qu'il y a de bon dans certains articles qu'ils désireront probablement acheter et pourquoi ces articles sont désirables.

Les marchandises annoncées devraient avoir une qualité conforme à leur prix ; ou elles devraient être vendues à un prix qui attire l'attention. Il y a une demande pour des marchandises de toute qualité.

Le monde est vaste et est peuplé de millions d'habitants.

Les conditions de fortune du public sont plus variées que les couleurs de l'arc-en-ciel. Depuis le mendiant jusqu'au millionnaire, tous patronnent quelque établissement où on vend des marchandises.

Il y a donc une gradation dans la demande. A la campagne, toutefois, le principal desideratum est d'obtenir une assez bonne qualité à un prix minimum ou une excellente qualité à un prix raisonnable. Le cultivateur connaît la valeur de l'argent. C'est lui qui doit supporter la chaleur du jour et la fatigue du labeur; son travail comparé à d'autres occupations est pénible, en vérité. S'il veut récolter, il doit semer. Par conséquent il veut en avoir pour son argent.

Voilà la raison pour laquelle le cultivateur veut avoir le plus possible pour son argent gagné dûrement. La qualité ne l'impressionne pas autant que les dollars et les cents. Pour beaucoup, c'est la quantité qui compte. Une paire de bottes en caoutchouc sans garantie se vendra plus facilement à $2.50 qu'une paire entièrement garantie à $3.50. Il en est de même de toute autre chose.

Etudiez les besoins de votre client. S'il désire ce qu'il y a de meilleur dans le magasin, faites un prix correct. Sinon, faites-lui des conditions au comptant et payez le fret, etc.

Nous croyons qu'il est bon de faire les choses en temps voulu et d'être en tout temps prêt à les faire. Etudiez votre clientèle. Tâchez de trouver sur le marché quelque chose d'attrayant, à bon marché, qui étonne les habitants de votre localité.

Vous avez souvent entendu dire qu'il y a toujours dans la cité ou la ville un magasin connu comme le plus populaire, le meilleur, etc.

Essayez de faire que votre magasin soit digne de cette réputation et vous vous l'attirerez sûrement.

Donnez plus d'attention que jamais à votre publicité. Quand vous faites paraître une circulaire, qu'elle soit imprimée sur du papier de bonne qualité, en bonne encre noire et en caractères simples, ordinaires. Les vignettes paraîtront bien mieux. Evitez l'usage du papier de couleur, à moins que vous n'ayez l'intention de faire un effet de couleur dans une vente, comme par exemple la vente d'un article portant une étiquette rouge, une étiquette blanche, etc.

Une autre manière d'annoncer votre établissement consiste à employer du papier d'une même couleur pour l'empaquetage. Servez-vous d'un papier d'une couleur de bon goût, blanc ou bleu ; là encore il y a autant de nécessité que dans la publicité à employer de bon papier. Les gens n'aiment pas porter des paquets mal faits et qui n'ont pas un air attrayant. Dépensez un peu plus d'argent pour le papier et la ficelle, cela produira une bonne publicité — ce sera bientôt reconnu comme une marque de commerce de votre établissement.

Tous les petits détails aident et forment un bon tout.

Lisez les annonces des journaux et des magazines. Etudiez la matière à publicité—c'est peut-être la meilleure littérature du jour.

Les bonnes moeurs et la morale sont des amies jurées et de fermes alliées.—(Watts.)