



A. J. DeBray Ecr.
Ecole H. E. C.
x Ex. Vizer et St-H...

Une Manière d'Agir

Beaucoup de marchands, animés du désir d'être strictement à la hauteur de la situation et de donner satisfaction à leurs clients, ont mis en stock des rasoirs de sûreté de presque toutes les marques qui existent.

La demande soutenue, basée sur la qualité et une publicité persistante, lui fait vite vendre ses rasoirs GILLETTE. Mais les autres restent en magasin—leur aspect ne s'améliore pas avec le temps.

En face de la perte occasionnée par ces marchandises à vente lente, certains marchands prennent la résolution de ne pas offrir le GILLETTE jusqu'à ce qu'ils se soient débarrassés des rasoirs d'autres marques dont ils sont surchargés.

Aussi sûrement la nuit succède au jour, cette manière d'agir conduit à deux résultats.

Les ventes de rasoirs que font ces marchands diminuent, parce que leurs clients vont ailleurs pour acheter un GILLETTE ; ceux qui achètent d'autres rasoirs reviennent au magasin pour s'en plaindre, pis encore, ils s'abstiennent de paraître et parlent contre le marchand qui les leur a vendus.

Le sacrifice immédiat de ces rasoirs de mauvaises marques cause de la perte, c'est vrai, mais à la longue cela procure des profits et il est avantageux de ne tenir que le GILLETTE.

Vous ne pouvez pas vous permettre de recommander à vos clients comme le meilleur rasoir, tout autre rasoir que celui qui est reconnu comme le meilleur. Six millions d'hommes se servant du Rasoir de Sûreté GILLETTE sont d'avis que c'est le meilleur qui existe.

Le rasoir GILLETTE est celui qui fait augmenter les ventes, qui crée de l'amitié entre marchands et clients et qui ne donne pas lieu à des reproches.

THE GILLETTE SAFETY RAZOR CO., OF CANADA LIMITED.

Bureau et Manufacture : - Nouvel Edifice Gillette, MONTREAL.
Bureaux et Manufactures à Montréal, Boston, New-York, Chicago, Londres, Leicester, Berlin, Paris, Hambourg et Shanghai, (Chine).

