

Les Manufacturiers de Poêles sont Optimistes

Ils voient une forte année de vente pour les marchands qui se mettent activement à la besogne. — Il ne semble pas qu'il puisse y avoir de réduction dans les prix tant que les hauts salaires actuels seront en force.

Les manufacturiers de poêles pour Hamilton se montrent très optimistes sur les perspectives d'affaires en 1919.

Il y a plus d'affaires à faire que jamais au Canada, disent-ils, et il ne s'agit que de travailler avec activité.

Le marchand de détail dans le commerce des poêles qui veut s'en donner la peine va faire une forte année.

M. Robinson, de la compagnie D. Moore, Limited, dit : Il me semble qu'il y a comme une détente dans le commerce des villes, et que l'activité se fait surtout remarquer dans les districts ruraux.

Les cultivateurs sont ceux qui ont le plus d'argent actuellement, ce sont eux qui font l'argent et ils constituent une grande puissance comme acheteurs.

Peu de réduction de prix.

M. Robinson dit qu'il ne voit pas comment les manufacturiers de poêles pourraient baisser leurs prix.

En admettant, dit-il, qu'il se produise une petite réduction dans le coût des matières premières, il n'est pas possible d'en venir à une diminution, parce que le coût de la production est surélevé par la hausse énorme des salaires.

La matière première, dans un poêle, est comparativement peu de chose.

Le prix de la main-d'œuvre est le plus gros facteur et dans beaucoup de circonstances il s'élève à 75%.

Une série d'affaires

Nous sommes optimistes sur les perspectives des affaires. Il y a un lot de grosses affaires en vue.

Le succès du marchand dépend en grande partie de son état d'esprit.

Le marchand doit avoir confiance en lui-même et dans ceux avec qui il est appelé à faire affaires.

Il doit avoir confiance dans son pays.

S'il est pessimiste, il bloque le commerce, et les mauvaises périodes arrivent par la faute du marchand lui-même.

La production sera la même que d'habitude.

Il y a une tendance de la part des marchands détaillants à laisser les manufacturiers écouler leur stock.

C'est lorsque vient l'automne et les que les demandes de poêles sont plus fortes que le détailleur imprévoyant comprend qu'il perd des affaires par sa faute.

Le marchand devrait avoir toujours présent à l'esprit que la commande par la poste ne lui permet pas de baisser son stock.

Le marchand qui a le stock est celui qui fait les affaires.

C'est une nouvelle politique que d'avoir des clients qui viennent au magasin, demandent à voir des marchandises, parlent de leur intention d'acheter et de ne pas avoir ces marchandises à leur vendre ni d'autres à leur montrer.

La question de prix

Comme question de fait, les manufacturiers de poêles n'ont pas élevé leurs prix comme ils l'ont été dans d'autres lignes.

Les prix qui sont en vedette aujourd'hui, ne sont pas élevés.

Aussi loin que la confection des poêles est concernée, il est aussi difficile de trouver de bons ouvriers à Hamilton qu'ailleurs.

Il n'y a pas de réduction dans les salaires et les moulers font de fortes payes.

Les dépenses du manufacturier ne sont pas diminuées, et ne sont pas en voie de diminuer. Dans ces conditions, les manufacturiers n'ont aucune opportunité de diminuer leurs prix.

M. Robinson remarque en outre qu'il y a eu cinq ans d'arrêt dans le commerce de poêles.

A cause des nécessités de la guerre, et des appels à l'économie, le public a gardé ses vieux poêles et en a tiré le meilleur parti possible.

Beaucoup de personnes ont maintenant de nouvelles perspectives d'affaires et un grand nombre de celles-ci deviendront des acheteurs.

Un autre point de vue

M. J. S. Fraser, de la "Hamilton Stove and Heater Company" pense que les marchands de détail ne prennent pas, pour la plupart, le meilleur système pour obtenir de bons résultats dans la vente des poêles.

A peine vingt-cinq pour cent des marchands détaillants qui ont des poêles en magasin sont de bons vendeurs de poêles.

Les autres 80% ne s'étendent pas assez sur les avantages des poêles qu'ils ont à vendre, parce qu'ils ne les connaissent pas suffisamment et qu'ils ne se donnent aucune peine pour les connaître.

Il faut donner à ce sujet des instructions et des renseignements très détaillés à ceux qui sont chargés de la vente des poêles au détail.

Il me semble qu'il serait profitable aux manufacturiers de poêles de se réunir pour payer le salaire et les dépenses de véritables vendeurs experts dans la vente des poêles et de les envoyer indiquer aux marchands de détail, comment ils peuvent augmenter leurs ventes après que leurs affaires sont bien en route.

Il y a toute une démonstration à faire pour vendre un poêle : Il ne s'agit pas de dire : "C'est un joli poêle, un poêle élégant qui vous donnera les meilleurs résultats."

Un marchand de l'ouest avait un stock de vingt-deux poêles à vendre et il n'en pouvait vendre un seul.

Il fit venir un expert dans la vente des poêles.

Une démonstration

La première chose que fit celui-ci fut d'annoncer qu'il donnerait une démonstration sur l'usage et l'utilité des poêles à vendre.

Cette démonstration eut lieu. Le vendeur vendit non seulement les vingt-deux poêles dont il disposait, mais encore il prit des commandes pour six autres.

M. Fraser dit que l'on peut aussi s'attendre à des affaires dans les nouveaux poêles, puisque beaucoup de personnes se servaient de vieux poêles.

Un autre champ d'action

Un autre champ d'action illimité pour le marchand, c'est celui qui est ouvert presque dans toutes les parties du Canada où il y a un manque de maisons, surtout de maisons d'ouvriers.

On va bâtir des milliers de maisons et dans un grand nombre de celles-ci il faudra des poêles.

C'est une grosse chance pour le vendeur. Quant à