

LA PRATIQUE COMMERCIALE

FAITES DE LA CLIENTELE VOTRE SOCIETE.

"Au commencement de ma carrière, alors que je ne possédais qu'un "stock" de trois cents dollars éparpillé dans une salle de vingt-cinq pieds par cinquante", nous disait un commerçant qui tient aujourd'hui un immense magasin, "je demandais toujours par la voie des journaux un associé commanditaire.

"Il me semblait que si un homme d'affaires sérieux me fournissait quelques milliers de dollars ainsi que ses conseils, sans se mêler de la gestion de mon commerce, je pourrais profiter de beaucoup d'occasions que je voyais m'échapper.

"Pendant plusieurs années je cherchai ainsi un associé commanditaire; mais un incident me fit ouvrir les yeux. L'un de mes clients, un homme qui avait mis souvent ma patience à l'épreuve en me faisant subir toute une série de questions avant d'acheter pour quelques sous, m'étonna en me demandant un jour:

"—Jeune homme, empruntez-vous de l'argent aux banques?

"Je répondis dans l'affirmative.

"—Eh bien! ajouta-t-il, je vous ai bien surveillé et vous me faites l'effet de connaître votre affaire. Je crois que l'argent sera très rare cet hiver et que les banques exigeront le remboursement de beaucoup de prêts. 't j'ai pensé que vous pourriez avoir besoin de quelques centaines de dollars pour votre commerce.

"Sur ce, mon excentrique client se mit à compter des billets de banque et des pièces d'argent, évidemment économisés durant de longues années, jusqu'à ce qu'il eût déposé quatre cents dollars sur le comptoir.

"Depuis lors, je me suis toujours adressé à mes clients quand j'ai eu besoin d'une faveur ou d'une aide. J'ai fait de ma clientèle mon associée."

Un autre commerçant de notre connaissance considère la question de la société avec le client sous un tout autre angle. Il faut, croit-il, rester en contact étroit avec le client.

"Ceux qui ont de l'expérience en fait de société, savent que le meilleur moyen d'activer les affaires est la consultation fréquente entre les associés. Les préférences personnelles doivent être subordonnées aux bénéfices, il faut trouver la cause des pertes afin d'y remédier. Si les associés ne sont pas constamment en contact, il s'élève, à propos de choses insignifiantes, des malentendus dont les résultats peuvent être désastreux.

"A mon avis, ce qu'il y a de plus important dans les relations entre le commerçant et le public, c'est le principe de rester toujours en contact.

"Un grand nombre de commerçants ont prospéré simplement en évitant les malentendus avec leurs clients, et les hommes qui ont eu le bon esprit de se lier d'amitié avec le client ont fait fortune.

Quand je suis entré dans le commerce, j'ai trouvé possible de me rendre compte du résultat des ventes que je faisais, car je vendais assez peu. Souvent, après une vente importante, j'ai demandé à l'acheteur s'il était satisfait de la marchandise dont il s'était servi, et il est rare que je n'aie pas obtenu des informations utiles au point de vue des ventes futures. Parfois j'ai récolté ainsi des commandes, de sorte qu'en considérant le client comme une espèce d'associé, afin de le consulter, j'ai fait augmenter rapidement mon commerce."

"Un autre commerçant dont le magasin est situé dans un quartier dont la population est flottante, déclare que la seule chance qu'il puisse avoir d'augmenter ses ventes est d'intéresser la clientèle à son commerce tout en lui démontrant pourquoi il est avantageux pour elle d'acheter chez lui.

"Dès le premier achat, dit-il, j'apprends l'adresse de mon client nouveau et, si possible, d'autres détails qui m'aident à savoir quelles affaires je pourrais faire avec lui. Ordinairement une ménagère est bonne pour quelques dollars par mois."

"Quand vous faites du public votre associé, dit un autre commerçant encore, vous vous procurez d'abord le bénéfice de son expérience. Ainsi, aucun marchand ne peut être tout à fait sûr de ce qu'il doit acheter; il peut acheter trop ou pas assez, quelle que soit son expérience; mais le public sait très bien, lui, ce que vous devriez avoir en magasin.

"La meilleure manière de savoir ce qui est d'un écoulement facile, c'est de le demander à la clientèle. Quand vous lui aurez montré une marchandise quelconque et qu'elle vous aura dit si, oui ou non, elle serait disposée à déboursier de l'argent pour l'avoir, vous serez fixé.

"En ce qui concerne les ustensiles de ménage, les femmes sont les meilleures conseillères. Elles possèdent une intuition qui leur permet de découvrir des défauts suffisants pour empêcher la vente d'un article, et elles peuvent aisément choisir, parmi une centaine d'objets, ceux dont la vente est la plus facile.

"La prochaine fois qu'une femme viendra magasiner chez vous, faites-en votre associée en lui demandant ce qu'elle aime parmi les marchandises que vous avez, ainsi que ce qu'elle n'aime pas, et demandez-lui pourquoi."

LES EXPORTATIONS INTERNATIONALES DE PRODUITS ALIMENTAIRES.

Les deux Expositions Internationales et Marchés faisant appel à une très large proportion des distributeurs de produits du monde, seront tenues dans le Royal Agricultural Hall, à Londres, Angleterre, pendant le prochain mois de septembre. Celles ayant trait à la boulangerie et à la confiserie et à leurs commerces respectifs seront tenues du 4 au 11 septembre, les autres concernant l'épicerie, les provisions, etc., seront tenues du 18 au 24 septembre.

Les personnes qui désireront une copie du catalogue officiel en recevront une gratis en s'adressant à: The Trades' Markets & Exhibitions, Ltd., Palmerston House, Old Broad Street, London, E.C., England.

LA BANQUE D'EPARGNE DE LA CITE ET DU DISTRICT DE MONTREAL.

Avis est par les présentes donné qu'un dividende de deux dollars par action sur le capital de cette institution a été déclaré et sera payable à son bureau-chef, à Montréal, le et après jeudi le 1er avril prochain, aux actionnaires enregistrés à la clôture des affaires le 15 mars prochain.

Par ordre du Bureau de Direction.

A. P. LESPERANCE,
Gérant.

Montréal, le 22 février 1915.