

LE COMMERCE MODERNE

Le détaillant de nos jours n'est pas lent à adopter pour son commerce les voies et moyens propres à produire l'essentiel au commerce moderne : un service plus rapide à la clientèle.

Les clients demandent un service rapide à l'épicier ou au marchand de ferronnerie parce qu'ils l'obtiennent dans d'autres branches du commerce, et celui de ces marchands qui se tient à la hauteur des situations utilise son magasin d'appareils modernes, emmagasine des articles modernes, adopte des méthodes modernes et emploie des commis modernes.

Le magasin vraiment moderne est celui dans lequel les articles sont bien échantillonnés et bien classifiés, tous à la portée du commis qui ne doit pas avoir besoin de se servir de marche-pied ; le surplus de stock seul doit être exposé en rayons ouverts au-dessus des articles échantillonnés.

Le client qui entre dans un magasin comme celui-là se dirige immédiatement du côté de ces rayons d'où il peut voir rapidement. Ce système est évidemment plus avantageux que l'ancien et qui consistait à tenir les marchandises dans des vitrines sur les comptoirs et où le commis et le client devaient montrer du doigt l'objet désiré ou suggéré selon le cas. D'autre part, l'ancien système des rayons surchargés exigeait des montées et descentes de la part du commis, entraînait une perte de temps pour le client, et une autre perte de temps pour le commis qui devait, après le départ du client, remettre en place tout ce qu'il avait exhibé sur le comptoir et, souvent, après avoir fait chou blanc, après avoir raté la vente.

On est encore obligé de faire de ce travail en certaines circonstances et pour effectuer une vente ; mais aucun genre de commerce ne saurait supporter un tel manque d'efficacité.

Dans le magasin moderne, les vitrines, les comptoirs et autres accessoires d'étalage sont placés soit au centre ou à une petite distance des murs où sont étagés les rayons.

Il n'est pas d'articles qui se prêtent mieux à l'étalage que ceux de ferronnerie et, lorsque les étalages sont bien faits, on peut dire qu'ils déterminent facilement la vente.

En plus de l'échantillonnage dont nous avons déjà parlé plus haut, on trouvera avantageux de réunir sur planchettes ou tableaux des échantillons de matériaux pour clôtures de fermes ; de papier à toiture ou à lambris ; de broche à poutilliers ; de peintures pour portes de granges, etc., articles que l'on tient généralement en entrepôt ou en cave, et que l'on peut, avec le système préconisé ici, soumettre au jugement du client. Ainsi on épargnera les promenades hors du magasin proprement dit et on réussira la vente en beaucoup moins de temps. Un magasin ainsi outillé présente une apparence affairée, et l'impression créée est toute différente que si trois ou quatre commis et autant de clients se trouvaient dans la cave ou dans l'entrepôt au lieu d'être sur le parquet du magasin.

Le bureau donne généralement sur le devant du magasin. Il devra donc par conséquent toujours s'y trouver quelqu'un de prêt à répondre au client pressé qui se présente au coup de midi.

Très souvent on constatera que les clients sont plus enclins à critiquer le service que la marchandise d'un magasin, et le public acheteur n'est jamais attiré vers un magasin où l'on a la réputation de faire attendre les gens.

Dans toute maison d'affaires, l'obligeance du commis à montrer l'article et son désir de bien servir sont autant d'actifs au bilan de cette maison.

Les marchandises modernes mises en paquets faciles à

servir sont profitables à tous les points de vue chez le marchand moderne. Les peintures et couplets avec leurs vis, écrous et noix.

Les peintures, huiles, vernis ; le mastic, etc., mis en boîtes de différentes grandeurs de façon à les passer rapidement dans la main de l'acheteur et d'y prendre son argent non moins rapidement.

L'entreprise des manufacturiers et les nombreuses demandes de la part du commerce, voilà ce qui a amené dans le public ces choses faciles à vendre, en paquets prêts pour l'usage, et il s'en préparera davantage encore.


Les clous ordinaires, en paquets d'une livre, cinq livres et dix livres, sont emballés dans des boîtes en carton agréablement étiquetées, de sorte qu'un client hésite à prendre une décision, le commis peut s'excuser et, en moins de temps qu'il n'en faut pour l'écrire, servir deux ou trois sortes de clous au charpentier qui vient d'entrer.

Il n'y a pas très longtemps encore, on pouvait voir le commis, une écuelle à la main, chercher à travers une vingtaine de barils la dénomination de clous qu'un client attendait peut-être depuis plus de dix minutes.

Aujourd'hui, tout cela est changé et c'est à qui des marchands d'une même localité pourra dire qu'il commande le meilleur service. Les clous, peintures, huiles, vernis, il tient tout cela en boîtes de diverses grandeurs afin de pouvoir servir le client dans le plus court espace de temps possible. Il croit que dans toute localité de quelque importance il y a place pour un marchand qui désire se spécialiser dans une ou plusieurs lignes qui lui semblent avoir été négligées.

Nous croyons donc que celui-là a parfaitement raison et que, dans plusieurs cas, il y a des occasions de tenir de plus gros stocks ; qu'aussi, en étudiant la nature des demandes de la clientèle, on reconnaîtra qu'il y a profit pour tous à retenir une certaine partie des affaires qui vont faire le profit des localités environnantes. C'est l'entreprise en lutte contre les maisons qui vendent sur catalogues.

Nous avons toujours en stock ici à Montréal
les Célèbres
BRETELLES FRANÇAISES
FROMAGE FRERES, Rouen, France.



GEORGES FROMAGE & Cie, Successeurs.
Agents pour Montréal :
J. C. DAVID & Cie,
Tél. Est 1443. 802 Ste-Catherine Est