



Choisissez Toujours Les "Premiers"

Pour mettre en tête.

Les "seconds" sont trop inférieurs pour leur consacrer le temps, la pensée et l'espace d'étalage. Ils diminuent le prestige d'un marchand et lui créent rapidement pour son magasin une réputation de "second ordre"

Il y a une augmentation progressive des Canadiens qui demandent les articles "de premier ordre" et qui sont disposés à payer un prix plus élevé pour les avoir, parcequ'ils se rendent compte du fait que, même au plus cher, les articles de "premier ordre" sont mieux appréciés.

Ceci est particulièrement vrai dans le cas des rasoirs.

Depuis que le Rasoir de Sureté de GILLETTE a été mis sur le marché, il n'a pas eu de rival de "premier ordre" — quoiqu'il ait eu beaucoup d'imitateurs. Le temps et l'usage ont confirmé sa supériorité et le GILLETTE est aujourd'hui un leader indiscutable.

Mousser un article de "second ordre", c'est tenter de vendre un rasoir que presque tout le monde SAIT n'être pas le meilleur — et dont on se rappellera les défauts longtemps après avoir oublié son bon marché — un rasoir qui ne vous fera ni d'amis ni de clients.

MAIS lorsque vous recommandez le GILLETTE, vous trouvez un client convaincu au lieu d'un sceptique.

Vous faites une vente qui en vaut la peine sous le rapport du profit immédiat, d'autant plus avantageuse qu'elle donne satisfaction au client qui ne manquera pas de revenir vous acheter des lames.

Quand vous donnez ce que vous avez de mieux comme espace en magasin, étalage de vitrine et talent de vendeur, soyez certain que vous ne l'avez pas gaspillé sur des articles de "second ordre". Spécialisez en articles ayant la qualité du GILLETTE — C'EST PROFITABLE.

Gillette Safety Razor Company of Canada, Limited.

Bureau et Manufacture - Nouvel Edifice Gillette, Montréal.