

deur; mais une maison de commerce, quelle que soit sa prospérité, si solidement établie soit-elle, ne peut que lancer sur la route du succès le vendeur qui veut y parvenir. C'est à ce dernier à montrer de l'activité — il faut qu'il fasse des ventes.

La vraie valeur du vendeur pour la maison qu'il représente et pour lui-même est indiquée par le montant de ses profits nets. Les trois éléments les plus importants, suivant moi, pour faire les plus grands bénéfices nets sont les suivants: Faire de fortes ventes, réduire les dépenses et laisser dans l'esprit des clients une bonne impression au sujet de la maison représentée par le vendeur. Un vendeur doit avoir la confiance de ses clients et leur faire sentir qu'ils peuvent se fier entièrement à ce qu'il leur dit; il doit avoir à coeur leurs intérêts ainsi que ceux de sa maison, car il est le trait d'union entre les deux parties et doit être l'ami des deux.

Le vendeur doit entreprendre ses ventes avec une claire conception de ce qu'on attend de lui. Il ne faut pas qu'il connaisse ses instructions par à peu près.

Il doit connaître à fond ses prix, sa ligne de marchandises, son territoire et l'esprit qui préside aux transactions faites par la maison qu'il représente. La sincérité et le zèle, combinés à une connaissance profonde des marchandises,

sont des facteurs d'une très grande importance pour convaincre un client. Les paroles ont une grande force de persuasion lorsqu'elles partent du coeur.

Une loyauté entière vis-à-vis de la maison représentée est une nécessité absolue. Il faut que le vendeur soit convaincu que la ligne de conduite adoptée par sa maison est sans défauts, de même que ses marchandises. Le vendeur expérimenté et prospère tire le meilleur parti possible de ce qu'il a. Si, dans la localité où il se trouve, il y a une demande pour des marchandises qui ne figurent pas sur sa liste, il doit n'en faire que plus d'efforts pour vendre les articles qu'il a en mains.

Le génie et la valeur d'un vendeur se mesurent d'après son adresse à se créer ses propres conditions. Mais n'oubliez pas que de fortes ventes ne serviront de rien, si les dépenses sont en trop grande proportion. Le vendeur devrait étudier avec attention les routes à suivre dans ses voyages pour employer celle qui est la plus courte. Ceci s'applique également aux vendeurs dans les grandes villes. D'autres petites économies peuvent aussi être réalisées et si insignifiantes qu'elles paraissent, elles s'élèvent, par leur nombre, à une forte somme d'argent. Le temps aussi est de l'argent et le vendeur doit l'économiser. Il doit en employer aussi peu que possible aux phases non productives des af-

aires, telles que les heures dépensées pour se rendre de magasin en magasin, et le verbiage inutile.

Combien de vendeurs se rendent-ils compte que le ménagement des marchandises représente une économie? Un vendeur consciencieux ne craint pas de se salir les mains quand il s'agit d'éviter à sa maison de commerce une perte sur des marchandises détériorées ou de mettre en état d'être vendues des marchandises fatiguées par un trop long séjour dans le magasin.

Le bon vendeur trouve des méthodes indirectes pour se faire valoir aux yeux de ceux qui l'emploient. Il ne faut pas, autant que possible, qu'il importune ces derniers. En voyageant, il ne doit pas remettre au lendemain la transmission d'un ordre, dans l'idée d'établir une moyenne journalière de ventes. Les ordres doivent être transmis sans retard. Un délai dans leur transmission implique un délai dans l'expédition des commandes, ce qui cause de la gêne, ne donne pas satisfaction et jette le discrédit sur la maison, alors qu'en réalité c'est le vendeur qui devrait supporter tout le blâme.

Le vendeur devrait être circonspect dans ses critiques à l'adresse d'un débiteur qui retarde ses ordres. Il ne doit pas se révolter si sa maison écrit une lettre un peu vive à un client, en lui réclamant un règlement. Si un client ne

Avez-vous . . . FRUITS DE CONSERVE ? Commande vos

IL SERAIT TEMPS DE LE FAIRE.
LES FRUITS A SIROPS EPAIS DE

The Canadian Cannery, Ltd.

Sont conservés avec du pur sucre de canne granulé, dans du sirop EXTRA épais. D'une qualité parfaite, ils sont EGAUX aux meilleurs fruits "home-made."

Insistez pour avoir les Marques
suivantes:

"Canada First" (Aylmer)
"Lynvalley" (Simcoe)
"Auto" (Canadian Cannery)
"Log Cabin" (Trenton)
"Lion" (Boulter)
"Grand River" (Lalor)
"Horseshoe" (Bowlby)
"Maple Leaf" (Delhi)
"Little Chief" (Picton)
"Kent" (Chatham)
"Thistle" (Brighton) Etc.

CHAQUE BOITE GARANTIE.

Joyeux Noël et Bonne Année Nouvelle

A NOS CLIENTS

que nous remercions de leur excellent patronage dans le passé.

**BODE GUM CO., 28-30 rue ST-GEORGES,
MONTREAL.**