

RUMEUR CONTROUVEE

M. J. B. Duke reste à la tête de la British-American Tobacco Company

MM. James B. Duke, William R. Harris, John S. Hignett et Lawrence Hignett ont dernièrement démissionné comme directeurs de l'Imperial Tobacco of Great Britain, ce qui a fait naître la rumeur allant à dire que M. Duke avait abandonné son poste de chef de l'Exécutif de la British-American Tobacco Co. Or, non seulement il n'abandonne pas la présidence du bureau des directeurs de la British-American Tobacco Co., mais, au contraire, il consacrerait plus de temps que jamais au développement des affaires de cette compagnie. MM. John S. et Lawrence Hignett restent aussi dans le bureau de direction de la British-American Tobacco Co.

SUGGESTIONS A PROPOS DES ETALAGES AUX VITRINES.

Le journal de commerce.

Ne jetez pas le journal de commerce après l'avoir lu. Il est aussi utile aux commis qu'au patron qui vient de le lire et ils devraient avoir la chance de prendre connaissance des articles qu'il contient.

Pour attirer le fumeur.

On active le mouvement des affaires dans un débit de tabacs surtout au moyen d'articles tentants pour les fumeurs — au moyen de suggestions. Parfois les fumeurs n'ont plus des désirs aussi vifs et ils ne manifestent plus autant d'intérêt pour les cigares, cigarettes et le tabac en général. C'est alors qu'il appartient au marchand, derrière son comptoir, de les intéresser à une nouvelle marque ou à un nouveau modèle. Il est sage d'en agir ainsi, par intervalles, avec la plupart des clients, même s'il survient qu'un peu plus tard ils reprennent du goût pour leur ancienne marque favorite.

Il faut connaître son stock.

Si le propriétaire d'un magasin connaît bien son stock, cette connaissance lui permet de servir le plus rapidement possible la clientèle et d'effectuer un plus grand nombre de ventes.

La politesse, c'est là une grande chose, mais ce n'est pas toujours le commis poli qui vend le plus de marchandises — c'est celui qui connaît le mieux son stock, car il peut servir une douzaine de clients tandis que l'autre n'en sert qu'un.

La vente au détail est un art qui ne s'acquiert que par la promptitude de la pensée et la première chose à faire, c'est de se bien rendre compte du stock qu'on possède.

"Connaître le stock", cela ne veut pas dire simplement: "Oui, nous avons cela", et le remettre immédiatement au client, ou dire: "Non, nous ne l'avons pas", et savoir qu'on ne l'a pas; cela signifie aussi qu'on connaît les marchandises; leurs prix, la manière dont elles sont faites, qui les fabrique, les diverses grosseurs de chaque article, dans chacune des marques, parmi des marchandises du même genre.

Pour s'assurer une bonne clientèle il faut tenir de bonnes marchandises.

Il y a nombre de magasins de cigares où l'on n'a jamais vendu que des marchandises de prix moyens ou bas simple-

ment parce que le chef de l'établissement s'est toujours figuré que les articles de meilleure qualité ne se vendraient pas. Il peut très bien s'être formé cette opinion en remarquant que personne ne venait lui demander des marchandises de haute qualité; il en a conclu que par suite, il n'en vendrait pas.

Les gens n'iront pas dans un magasin pour y chercher des marchandises qu'ils savent n'y pas être. Ils n'iront pas demander des cigares importés dans un débit où l'on se spécialise dans la vente des cigares des plus communs; ils n'iront pas chercher des cigarettes à 20c et 25c le paquet dans un débit de tabacs où l'on met en évidence des cigarettes à cinq cents le paquet. C'est là une bonne raison pour que dans le magasin où l'on ne tient pas les marchandises de haute qualité, il n'y ait pas de demande pour ces marchandises.

Emmagasinez une certaine quantité d'articles de haute qualité, faites savoir aux gens que vous en tenez; ils viendront vous voir et vous en acheter. Plus vous aurez fait savoir au public que vous tenez ce genre de marchandises, plus vous aurez de demandes.

Tenez les marchandises, les marques que le public demande; ayez les marchandises pour lesquelles vous pouvez créer la demande et vous pourrez vous assurer d'une clientèle stable.

D'une façon générale, on peut affirmer que les gens qui d'habitude fument des cigares ou des cigarettes à cinq cents goûteront à des articles de meilleure qualité de temps à autre et il est peu sage de ne pas tenir en magasin quelques-uns de ces articles de haute qualité, même si vous faites des affaires surtout au moyen de la vente de marques à bas prix et à prix moyens.

L'exposition de pipes dans les étalages aux vitrines.

Il ne faut rejeter en principe l'idée d'installer dans vos vitrines des

L'expérience a prouvé, en nombre de cas, que c'était là commettre une erreur. Le temps qu'on perd, l'argent qu'on dépense pour faire un bel étalage de pipes, tout cela est très largement compensé par la forte augmentation du volume des ventes.

On pourrait montrer quantité de lettres provenant de gens d'affaires faisant la commande d'une pipe d'un genre particulier. L'auteur d'une lettre de ce genre donne une description détaillée de la pipe, de sa place dans la vitrine; il dit qu'il l'a vue en parcourant les rues de la ville, mais n'a pas eu assez de temps pour entrer dans le magasin et en faire l'emplette.

C'est en été qu'on vend le plus de pipes; c'est donc le bon moment pour faire un bel étalage de pipes à sa devance.

LE TABAC AMERICAIN EN FRANCE.

Depuis le premier de l'an les importations ont beaucoup augmenté.

Le goût des fumeurs français pour le tabac des Etats-Unis a augmenté remarquablement au cours des douze derniers mois. Il est entré en France sept fois plus de tabac américain en janvier et en février 1913 que pendant les mois correspondants de l'année précédente. La valeur des importations de tabac pendant janvier et février 1913 s'est élevée à \$80,000. Il y a pendant toute l'année des acheteurs français aux Etats-Unis pour le tabac. L'an dernier, le gouvernement français a encaissé un revenu net de plus de \$105,000, en raison du monopole qu'il exerce sur la vente du tabac dans la République.