

LES EMPLOYÉS DE COMMERCE

A LA RECHERCHE D'UNE SITUATION.

Les protections.

Un des inconvénients, et non des moindres, de la recommandation, est de nuire au recommandeur, aussi bien qu'à celui qu'il patronne.

Il y a des gens qui aiment à recommander les gens, comme il y a des vieilles filles qui passent leur temps à les marier. Chaque jour, ils ont un employé nouveau à vous offrir — le bon, naturellement.

En dehors de ces exceptions, on a fréquemment l'occasion de présenter des candidats, bien que l'homme que l'on puisse en toute sécurité présenter soit très rare. Honnêteté, qualités professionnelles, activité, sont difficilement rassemblées en un seul individu et il devient donc dangereux de se porter garant de la valeur d'une personne dont on n'est pas certain.

Les chefs d'établissement ont trop souvent pris, par complaisance, de mauvais auxiliaires, pour ne pas avoir l'oeil ouvert, et si l'on perd assez facilement, on se souvient volontiers de celui qui l'a introduit auprès de vous et lorsque le cas se renouvelle souvent, l'estime que l'on avait pour le présentateur diminue.

Nous avons supposé, jusqu'ici, qu'il ne s'agissait que de gens connus directement par ceux qui les patronnent. Mais combien en est-il que l'on présente et que l'on n'a jamais vus, et dont on devient protecteur, uniquement pour faire plaisir à M. X... qui, lui-même, a certaines obligations vis-à-vis de M. Z...

On nous a objecté maintes fois les "fils à papa", ceux-là qui, dit-on, bénéficient largement de l'influence paternelle.

Erreur encore. Si le jeune homme est intelligent et tient de race, il est certain que l'avantage est formidable, mais cet avantage ne provient pas tant, en réalité, de l'influence paternelle, que de l'effet des capitaux placés dans des mains qui savent ou sauront s'en servir. Mais si le "fils à papa" n'est qu'un insignifiant, tôt ou tard, il finit par laisser sa place à un employé de mérite. Les patrons savent trop que l'argent est difficile à gagner, pour laisser, dans un poste avancé, un incapable, même si celui-ci est leur fils. En général, ils préfèrent leur donner, soit une rente et les envoyer prendre l'air ailleurs, soit les marier; c'est plus économique, car, à la place d'un mauvais employé qui paralyse la marche des affaires, ils en ont un qui leur rapporte.

En réalité, la seule recommandation dont un homme doive se prévaloir, c'est le résultat de ses efforts acquis et accumulés. Ce sont ses précédentes situations. S'il en est à ses débuts, s'il s'agit de sa première place, qu'il prenne n'importe quoi et qu'il se souvienne de la phrase de l'Américain H. Lorimier: "Ayez un ver. — Avec un ver, vous pêchez un petit poisson, avec le petit poisson, vous pêcherez un brochet et un brochet est, il me semble, un morceau qui vaut la peine que l'on se mette à table."

Si donc, nous nous élevons contre le favoritisme, si nous désirons voir tous les jeunes se dispenser d'un tel moyen d'arriver, plus efficace en apparence qu'en réalité, c'est surtout parce que le favoritisme constitue l'école de la dépression morale; avec lui, on s'habitue à compter sur autrui, on perd confiance en soi, on se réduit au rôle de comparse dans la société, au lieu d'y être une activité. Le "pistonner" est une machine, un rouage que l'on accole à d'autres, un pignon qui s'engrène là où on le met. Celui qui arrive seul, par ses propres moyens, est plus qu'un engrenage, c'est un mécanicien.

L'INTERET DU VENDEUR.

Tout employé d'une maison de commerce doit être un "commerçant" et non un simple fonctionnaire assuré de percevoir son traitement fixe à la fin de la semaine, quelle que soit la marche générale des affaires.

En conséquence, le vendeur doit être intéressé aux affaires conclues dans la maison.

Mais une question se pose à ce sujet: chaque employé sera-t-il intéressé aux seules ventes par lui effectuées, ou bien tous les vendeurs percevront-ils par répartition uniforme, un pourcentage sur le chiffre total de la journée?

Le premier procédé semble être le plus logique et le plus équitable. Il présente cependant quelques inconvénients dont le plus grave peut avoir une répercussion fâcheuse sur toutes les affaires traitées dans le magasin.

Lorsqu'il est rémunéré d'après son chiffre personnel d'affaires, l'employé a des tendances marquées à n'avoir en vue que ce seul résultat.

Il ne voit que son rayon, il ne s'empresse qu'auprès de ses clients, c'est-à-dire de ceux qui fréquentent la partie du magasin qui lui est dévolue.

Or, tout visiteur mérite l'attention du personnel. Il ne faut pas perdre de vue que l'effort accompli, soit en publicité extérieure, soit en arrangement de devanture ou de rayons, n'a qu'un but: attirer le plus de visiteurs possible à l'intérieur du magasin.

L'effort d'attraction représente une dépense. Chaque visiteur a donc réellement coûté une certaine somme. Si ce visiteur s'impatiente parce que nul ne s'occupe de lui, ou bien s'il quitte le magasin parce qu'un employé l'aura négligé, la maison subit une perte réelle par la faute de cet employé.

En règle générale, tout client pénétrant dans le magasin doit être aussitôt l'objet de la sollicitude discrète d'un vendeur. Si tous les vendeurs sont occupés à ce moment, l'un d'eux s'arrangera cependant de façon à dire quelques mots au visiteur, ne fût-ce que pour lui affirmer qu'il est là chez lui, qu'il peut examiner les articles tout à son aise et que bientôt, dans quelques instants, un vendeur sera mis à son entière disposition.

Or, les vendeurs ne feront cet effort que s'ils ont un intérêt à le produire, c'est-à-dire s'ils sont assurés de participer au pourcentage du chiffre global des bénéfices.

On signale d'autres inconvénients provenant du système de pourcentage individuel. Certaines marchandises, par exemple, ne s'écoulent que rarement et difficilement. Le vendeur qui a la charge de ce rayon se trouve donc en état d'infériorité vis-à-vis de celui qui est préposé à la vente des articles d'utilisation et de consommation quotidiennes. En admettant même que l'attribution d'un rayon d'articles "courants" soit faite par avancement ou par récompense, le débutant auquel on confiera les autres objets n'aura pas l'occasion de se perfectionner dans son métier de vendeur puisqu'il n'aura que de rares contacts avec la clientèle. Il y a donc là une fâcheuse anomalie.

Est-ce à dire que le procédé de répartition des bénéfices, uniforme et générale, soit à recommander? Non, car il a l'inconvénient de mettre sur un même pied le bon et le mauvais vendeur, l'employé zélé et le paresseux.

La seule manière de résoudre ce délicat problème est, à notre sens, d'organiser un roulement parmi tous les employés.

L'objection généralement opposée à ce mode de distribution du travail est qu'il empêche les vendeurs de se spécialiser. Or, tout bon vendeur appartenant à une maison s'assimilera très rapidement les détails de la vente de tous les arti-