

de moi, si vous me soutenez, je vous soutiendrai, à mon tour."

Ceci le met immédiatement sur un bon pied et, si la maison de gros a une bonne réputation, l'arrangement sera certainement à son avantage à la longue.

Les marchands de la campagne font souvent l'erreur d'acheter d'avance, à longue échéance et de faire de trop forts achats; cette pratique conduit invariablement à des pertes et a un désavantage. Un marchand ne devrait jamais se laisser de l'idée qu'il gagnera quelque chose au moyen de ce subterfuge—en effet, le système des longues échéances peut à peine être indiqué par un terme moins fort. Il peut être sûr qu'il n'obtiendra pas de grandes concessions des maisons de gros au sujet des livraisons futures, s'il ne paie pas quelque chose avant la date d'échéance. Son plus grand avantage avec la direction de la maison de gros consisterait à faire bien comprendre qu'il est un acheteur conservateur, toujours prêt à payer un prix raisonnable pour les marchandises et qu'il fait affaires sur une base sûre et solide. Cela fera plus pour lui que toute transaction subtile. Inévitablement, le marchand de gros en viendra à la conclusion que l'homme qui fait affaires avec sa maison sur cette base, appliquera la même pratique dans ses transactions avec ses propres clients.

Il est bon que le marchand de la campagne reconnaisse le fait que, bien que le voyageur de commerce puisse être indubitablement un adviseur précieux, il est limité en ce qui concerne son autorité dans la maison qu'il représente. Il y a bien des faveurs qu'il est facile à un voyageur de commerce de promettre, mais qu'il lui est difficile ou impossible d'accorder.

L'ouverture d'un nouveau magasin est toujours marquée par un passage de clientèle, très trompeur pour le propriétaire du nouvel établissement; s'il n'est pas un homme d'un rare discernement, s'il n'a pas une faculté naturelle pour comprendre ce que sont les crédits, il fera sûrement la remarque suivante:

"Mes affaires vont bien—elles dépassent ce à quoi je m'attendais".

A en juger d'après les indications superficielles, cette remarque est justifiée. Mais pourquoi? Parce qu'un nouveau magasin attire toujours les clients qui ont accumulé des dettes chez les marchands anciennement établis, et qui ont fait un choix dans leur clientèle. Au lieu de regarder ce flux soudain d'acheteurs comme un présage de prospérité, c'est exactement le contraire que le nouveau marchand devrait faire, et il devrait agir en conséquence. A tout bien considérer, cet afflux de clients est comme une lanterne rouge qui signale le danger. Ces gens évincés des magasins anciennement établis sont d'habitude assez malins pour payer comptant un, deux ou peut-

être trois mois; ils commencent alors à demander du crédit. Généralement, ils le font très adroitement, ils demandent d'abord la faculté de me payer que le samedi suivant ou le premier jour du mois. Quand l'époque spécifiée arrive, le jeu des paiements partiels commence. Le client invoque pour cela des raisons spéciales, maladie ou circonstances défavorables.

Mais on peut être sûr d'une chose: les clients de cette catégorie continueront leur jeu dans une progression croissante et s'arrangeront pour que leur compte augmente de semaine en semaine et de mois en mois. Qu'en résultera-t-il?

Quand le marchand se rendra enfin compte de la situation, il trouvera que le client a l'avantage sur lui. "Si je le presse trop, se dira-t-il, il est probable que je perdrai tout le montant du compte; il faut donc que je prenne des ménagements avec lui".

Il y a peu de choses dans le commerce qui soient plus difficiles à faire que d'amener un client lent à payer à réduire un compte élevé par des paiements gradués. En réalité, le marchand assez habile pour le faire est trop perspicace pour se mettre dans une pareille situation vis-à-vis d'un grand nombre de ses clients. Le marchand qui a une quantité de ces clients peu désirables, se trouve dans la nécessité de se graver avec soin leurs noms dans l'esprit et, en général, cela veut dire qu'il se souvient du montant de leur compte, ou à peu près. De plus, il doit exiger la même chose de ses commis, ce qui n'est pas aussi facile que cela en a l'air et, dans la plupart des cas, le marchand s'aperçoit constamment qu'il permet à un payeur lent d'augmenter son compte, au lieu de le diminuer.

Le résultat inévitable de cette manière d'agir est que le marchand se trouve forcé finalement de demander à son marchand de gros de lui donner un délai. Arrivé à ce point, sa première inclination, en général, est de croire qu'en s'adressant temporairement à d'autres marchands de gros, il peut couvrir sa situation aux yeux de ceux à qui il a imposé auparavant le fardeau de sa clientèle.

Au lieu de cela, cet expédient est un sûr moyen d'avertir la maison qui a fait crédit que le marchand est dans une mauvaise passe; car tout marchand de gros faisant crédit comprend la signification de ce procédé, quand le marchand en question est un peu lent à effectuer ses paiements.

Le seul moyen sûr à employer par le marchand qui se trouve dans cette mauvaise passe, c'est d'aller trouver son marchand de gros, de le renseigner complètement sur sa situation, et de n'avoir qu'un seul créancier au lieu de s'endetter de tous les côtés. Si l'homme est digne d'être tiré d'embarras, le marchand de gros principalement intéressé l'aidera en étendant son crédit et en lui donnant des conseils pratiques convenant à ses besoins.

Quand le marchand infortuné et trompé suit la voie opposée et essaie de chercher son embarras en s'adressant à de nouveaux marchands de gros, son ancien marchand de gros, ou peut-être un des nouveaux à qui il s'adresse, se rendra compte que c'est le plus rapide qui gagne la course et que l'homme qui règlera le premier avec le client instable est probablement celui qui en retirera le plus.

Je connais un marchand prospère qui a pris la résolution d'accorder des crédits d'après un principe fixe dont il ne se départit sous aucun prétexte. Il était supposé ne faire de ventes qu'au comptant, mais il sentit qu'il devait faire crédit à une partie de ses clients.

Voici comment il s'y prit: il n'avait aucune objection à ouvrir un compte à un client, même s'il avait des doutes à son sujet; quand ce client demandait qu'on lui fit crédit, le marchand lui demandait: "Jusqu'à quelle somme désirez-vous que je vous fasse crédit?"

"Cinquante dollars", répondait le client.

"Maintenant pour combien de temps?"

"Soixante jours".

"Très bien", répondait le marchand. "Je vous accorde exactement ce que vous me demandez, et je vais en prendre note sur la page du grand-livre où je vous ouvre un compte. Mais qu'il soit bien compris dès maintenant que vous ne me demanderez pas crédit pour cinq cents de plus que la somme convenue et que vous ne chercherez pas à obtenir une extension de temps pour vous acquitter. Vous ne pouvez certainement pas vous plaindre de cette règle rigide, puisque je vous accorde immédiatement ce que vous me demandez. Vous avez fixé vous-même vos conditions, et vous ne pouvez raisonnablement pas trouver mauvais que je vous demande d'agir conformément à ces conditions".

Ce système de crédit eut des résultats merveilleux dans le cas du marchand en question, pour la raison qu'il tenait d'une manière rigide chaque client dans les limites fixées. Bien qu'un marchand surveille constamment et avec le plus grand soin tous ses employés, il ne doit pas se hâter d'accuser de malhonnêteté un membre quelconque de son personnel. Des méthodes relâchées de comptabilité sont souvent, sinon généralement, la cause de différences qui portent à accuser les employés d'indélicatesse. Le marchand qui ne tient pas ses livres de manière à pouvoir dire à tout moment sa situation à un dollar près, est dans une position médiocre pour porter une accusation contre un commis ou un caissier, à moins qu'il ne sache absolument que cet employé n'est pas honnête ou se conduit mal.