

était pris pour écouler son stock cinq fois dans un an. "Je m'aperçois", dit-il, "que vous tenez plus aux faits qu'à donner des conseils.

"En tout premier lieu," continua-t-il, lorsque j'achète mon stock, j'essaie de ne jamais oublier que j'achète des marchandises pour les vendre. Cela paraît la chose la plus simple du monde, je le sais, mais elle n'est pas aussi simple qu'elle le paraît au premier abord. En d'autres termes, il y a dans une chaussure autre chose que du matériel, de la fabrication et un modèle. Il y a autre chose que le prix pour déterminer si une chaussure doit faire partie de son stock ou non. Ce quelque chose, c'est son côté vendable.

"Le côté vendable d'une chaussure, ou d'une ligne de chaussures, voilà ce qui compte dans la question du profit. C'est la moitié de la chaussure elle-même, et la moitié dans l'esprit de mes clients, de sorte qu'une chaussure ayant cette qualité est à moitié vendue lorsque je l'achète. Une autre chaussure, ayant une valeur égale peut-être, et offerte peut-être à un peu meilleur marché — mais ne possédant pas cette qualité d'être connue de mes clients — n'est pas du tout vendue à mes clients, et elle n'est pas placée sur mes tablettes.

"Et lorsque j'examine une ligne d'échantillons, je pense continuellement à ma clientèle. Je vois clairement dans mon esprit leur attitude envers telles et telles marques de chaussures. Je sais ce que mes clients ont lu et appris en fait de chaussures. Je n'ignore pas qu'il y a deux ou trois marques de chaussures qu'ils connaissent et qu'ils accepteront comme une bonne valeur rien qu'en voyant le nom qu'elles portent. Je sais aussi qu'il y a nombre d'autres lignes dont ils n'ont jamais entendu parler, des chaussures sur lesquelles ils ne connaissent rien et des chaussures qui exigeront plus d'efforts de ma part pour être vendues. Il est à peine nécessaire de me demander quel genre de chaussures j'achète, car c'est surtout cette qualité vendable d'une chaussure que je considère, et ce n'est qu'après l'avoir trouvée que je consens à en placer une ligne dans mon stock.

RENOUVELLEMENT CONTINUËL DU STOCK

"Et ce n'est là que la première chose que je fais," continua-t-il. "Je surveille continuellement mon stock, chacune de mes lignes, avec la même attention que le jeune chien qui surveille le chat du voisin. Je sais ce que j'ai en stock d'un certain modèle; je sais ce que je dois recevoir; et je sais aussi si une ligne se vend assez vite ou non. Le malheur chez la plupart des marchands de

chaussures, c'est qu'ils ne savent pas — ils n'ont qu'une opinion fondée sur des probabilités.

Il ouvrit alors un tiroir de son pupitre et en sortit une feuille qu'il étendit devant moi.

"Vous avez ici" dit-il, l'histoire de ce qui se produit à cet instant même dans mon stock. En étudiant cette feuille dix minutes, j'y apprendis plus de choses au sujet de mon commerce que je ne pourrais en découvrir en une semaine sans elle."

Il m'expliqua ensuite que chaque ligne de chaussures est marquée d'un numéro qui est entré sur une étiquette que l'on place sur la boîte lorsque la chaussure est mise dans le stock. Voici brièvement le système suivi pour ce numérotage: de 1 à 99, pour les chaussures de femmes; de 100 à 199, pour les oxfords de femmes; de 200 à 299, pour les pantoufles; de 300 à 399 pour les demoiselles; de 400 à 499, pour les enfants; de 500 à 599, pour les garçonnets; de 600 à 699, pour les trépointes fines pour hommes; de 700 à 799, pour les lignes ordinaires pour hommes; de 800 à 899, pour les souliers bas pour hommes; de 900 à 999, pour les lignes diverses du stock. Il faudra encore beaucoup de temps avant que j'aie 99 modèles d'une ligne quelconque et que je change de système".

Lorsqu'une vente est faite, un numéro du modèle est marqué sur la feuille de vente, et c'est la chose la plus simple à la fin de chaque journée d'affaires d'inscrire ces numéros sur la grande feuille. C'est tellement le cas que le propriétaire m'a dit que c'était généralement lui qui faisait ce petit travail, en arrivant à son magasin, le matin. Il prend les feuilles de vente de la veille et les vérifie lui-même sur sa feuille. De cette façon son attention est attirée pour ainsi dire sur toutes les lignes de son magasin, chaque jour. "Et lorsqu'une ligne ne part pas assez vite", dit-il, je n'attends pas à plus tard pour y voir. Je commence immédiatement à en pousser la vente."

UNE AIDE DANS L'ACHAT

"Et vous seriez surpris," continua-t-il, de savoir de quelle aide est cette feuille de fiches pour le placement de mes commandes. L'expérience du passé peut-être un bon guide, mais si vous essayez de vous la rappeler dans tous ses détails, vous courez le risque d'avoir un peu de confusion dans les choses les plus importantes à considérer.

"Par exemple, en plaçant mes commandes pour l'automne prochain, je puis regarder sur mes feuilles et voir non seulement quelles sont les lignes qui se sont le plus vendues

l'automne dernier, mais encore quelles sont celles qui se sont le plus vendues pour chaque mois. Cela influence beaucoup la quantité que je dois commander. Car, il va sans dire que je compte sur l'assortissage pour la plus grande partie de mes profits. Et si un modèle se vend bien jusqu'à la fin de la saison, au lieu de se vendre en grande quantité durant les premières six semaines, je sais à quoi m'en tenir."

TOUJOURS SUR LE QUI-VIVE

"Pour dire le vrai, me dit-il, peu après, "cette feuille ne paraît pas importante, mais elle me tient continuellement sur le qui-vive. Comme je disais tantôt, l'une des grandes erreurs commises par un marchand de chaussures, c'est la remise au lendemain de ce que l'on peut faire le jour même, et la plupart d'entre nous ont besoin d'un aiguillon de temps en temps pour les faire agir. Cette feuille de fiches est mon aiguillon.

"Tous les vendredis soirs, je fais la revue de mon stock avec ma feuille en mains. Elle me dit où regarder et quoi regarder. Si j'ai vendu quinze paires de la ligne No 4, par exemple, je sais qu'il me faudra des pointures nouvelles. Les lignes 102 et 103 retardent à se vendre au-dessous de 110; et il me faut en pousser la vente un peu. Je dirai probablement à mes commis de montrer ces lignes à toutes les femmes qui viendront au magasin, et de tâcher de leur mettre ces chaussures dans les mains pendant une minute. Avez-vous remarqué quel argument convaincant vous avez en faisant cela, avec une chaussure véritablement élégante et jolie? Malgré cela, je connais un grand nombre de commis qui n'ont jamais pensé à faire cela."

"Mais après tout", dit-il, comme il me voyait me hâter pour prendre mon train, il n'y a rien de bien mystérieux dans tout cela après tout. C'est tout simplement une question de s'en occuper continuellement, et de faire aujourd'hui ce qui doit être fait aujourd'hui et ne pas attendre à demain. Je n'ai pas la prétention de dire que l'idée de cette feuille vient de moi, car je l'ai adoptée d'après quelque chose de semblable que j'avais vu il y a quelques années dans un journal de commerce."

Et si nous examinons bien ce sujet, mon ami Leblanc (ce n'est pas là son vrai nom) a mis là en pratique une excellente idée. Il achète les marchandises qui sont connues de ses clients, tient l'argent qu'il débourse à un chiffre bas et il écoule son stock le plus souvent possible. Outre cet avantage, il sait ce qui se passe dans chacune des lignes qu'il a en magasin sans attendre à la fin de la saison pour s'en rendre compte.