

Vous pouvez aisément comprendre l'effet de cela sur votre volume d'affaires, si votre commis laisse échapper cette vente extra.

Si un commis, dans un magasin de quincaillerie, sert une moyenne de douze clients par jour, et si en suggérant l'achat d'un article de saison, il vend à quatre clients un article d'un dollar, et si vous employez quatre commis, cela donne un surplus de vente de seize dollars, par jour, soit plus de 4,900 dollars par an. Il est évident que la chose vaut la petite peine supplémentaire qu'elle engendre.

Nous connaissons d'ailleurs des commis qui ont fait une meilleure moyenne que cela, arrivant à vendre par suggestion à cinquante pour cent de leurs clients. Et cette pratique implique non seulement augmentation d'affaires, mais aussi augmentation de profits nets. Ces ventes supplémentaires n'exigent pour ainsi dire aucune dépense extra, ni loyer, ni chauffage, ni lumière, ni publicité, ni commis supplémentaires; les seuls frais supplémentaires consistent en papier, ficelle, intérêt sur capital additionnel investi, le tout ne s'élevant pas à plus d'un pour cent de l'augmentation totale.

#### Un argument en chiffres

Supposons que vous faites un chiffre d'affaires annuel de \$75,000 et que vos frais s'élèvent à \$15,000 par an, soit vingt pour cent. L'année suivante, vos commis, par suggestion, augmentent vos affaires à \$80,000, et en ce faisant augmentent vos frais d'un pour cent de l'augmentation totale, soit \$50, ce qui vous donne un total de dépenses de \$15,050, ou 18-18 pour 100, soit une diminution de 12-10 pour 100, ce qui ajoutera 12-10 pour 100 à votre profit net. Ce pourcentage calculé sur \$80,000, représente \$960.00. C'est là une jolie somme à ajouter à votre profit net chaque année, vous l'admettez, et la chose n'exige, pour être réalisée qu'un minime effort.

La seule chose nécessaire pour en arriver à ce résultat est d'assurer la coopération des commis entre eux, ce qui n'est pas difficile à obtenir. Expliquez ce système à vos commis, un soir, après la fermeture, et exprimez-leur votre désir de les voir suggérer l'achat d'au moins un article à chaque client servi.

#### Le danger de l'achat

La seconde cause de l'inefficacité est le peu de soin dans l'achat. Selon toute probabilité, vous faites vos propres achats et si tel est le cas, le remède réside en vous-même.

Nombre de marchands attendent que le voyageur de leur maison de gros arrive pour faire l'examen de leur stock et voir ce dont ils ont besoin, et dans leur précipitation, ils oublient des articles dont ils auraient besoin et dont le défaut fait manquer bien des ventes.

D'autre part, le marchand sait que le stock de certains articles est très bas, mais il néglige d'en commander, prétextant qu'il sera temps lorsque le voyageur passera, et le stock se trouve épuisé avant même qu'un approvisionnement nouveau soit commandé.

Il est aisé de remédier à ce défaut, et il est souhaitable que cela soit. Rien ne vaut pour un magasin comme la possibilité de répondre en tout temps aux besoins des clients.

Si le marchand se voit toujours dans l'obligation de dire: "Nous sommes de court de tel article" ou bien "nous aurons tel article dans quelques jours seulement", le client pense que la direction de ce magasin est bien mauvaise et il va faire ses achats ailleurs.

Tout marchand devrait avoir un "Livre de Besoins"

dans lequel chaque commis entre les articles dont l'approvisionnement commence à baisser de manière à ce que, lorsque le voyageur passe, il soit possible de lui commander tout ce dont il est besoin.

En outre, tout marchand devrait étudier ses ventes d'un peu plus près, pour être en mesure de compléter son stock de marchandises de saisons, de façon à répondre à la demande lorsqu'elle se présente.

#### La tenue du stock.

La troisième cause d'inefficacité est le manque de soin dans la tenue du stock.

Ceci est la faute soit du système de direction, soit de celui qui détient le stock. Cette faute, comme la première, peut trouver aisément son remède.

La tenue du stock devrait être mise en charge d'un certain commis, et celui-ci doit être tenu responsable du travail mal fait. Il n'est pas nécessaire d'employer un magasinier spécial, à moins que votre commerce soit d'importance telle qu'il nécessite tout le temps d'un homme pour prendre soin du stock. Un commis peut remplir cette fonction à temps perdu ou à un moment donné au cours de la journée. Le commis préposé à ce soin doit, chaque matin, visiter son stock un crayon et un carnet à la main, le stock où vous puisez chaque jour les marchandises pour la vente, et prendre note de chaque article dont la provision s'épuise ou qui manque totalement. Avec ce document, il peut commander rapidement ce qui manque et éviter de perdre du temps à la recherche d'un article épuisé.

#### Les marchandises

La quatrième raison d'inefficacité en affaires est le défaut d'avoir en stock des articles qui sont l'objet d'une demande. Un nombre surprenant de ventes sont perdues chaque jour, du fait que vous n'avez pas en stock les articles que désirent vos clients et vous ne connaissez rien, le plus souvent, de ces besoins faute de tenir des notes des demandes de votre clientèle, notes qui vous indiqueraient si la demande pour tel ou tel produit justifie sa mise en stock.

Voici ce que nous disait un marchand à ce propos: "J'étais convaincu d'avoir en stock tous les articles faisant l'objet d'une demande courante, mais un jour, je me rendis compte qu'il me manquait bien des articles indispensables et je résolus de prendre note de toutes les ventes que je perdais, chaque jour, de ce fait. A ma grande surprise je vis le soir même, que j'avais perdu quatre ventes s'élevant à plus de \$7.00. Je calculai que si chacun de mes quatre commis perdait une moyenne de quatre ventes par jour d'une valeur de \$7.00, cela me faisait manquer la vente de \$7,000 de marchandises par an.

"Je compris que si je pouvais éviter ces pertes de ventes j'augmenterais mes affaires considérablement, ainsi que mes profits nets, puisque les frais seraient les mêmes. La question était donc de savoir comment éliminer ces pertes. La solution consistait pour nous à tenir les lignes suivant les demandes dont elles étaient l'objet. Et finalement nous avons adopté le plan suivant qui a pratiquement éliminé ces pertes de ventes. Nous établîmes des fiches ainsi conçues:

#### VENTES PERDUES

Article demandé: . . . . .  
 Montant \$ . . . . .  
 Raison de la vente perdue . . . . .  
 Nom du client . . . . .  
 Adresse . . . . .