

LA SCIENCE DES AFFAIRES

Nous vivons actuellement dans une ère de science. La science est à la base du commerce. C'est grâce à elle qu'a été inventée toute la machinerie qui fait marcher les affaires; grâce à la science on peut parcourir de longues distances dans un espace de temps très court. La science a remplacé par la vapeur et l'électricité les anciens moyens de locomotion.

Notre siècle est le plus grand siècle de l'histoire du monde, au point de vue des résultats obtenus par la science. Nous ne sommes qu'au début de la grande évolution de l'homme, qui arrache ses secrets à la Nature et apprend à vivre en harmonie avec les lois naturelles. Un grand avenir s'ouvre devant nous à mesure que nous pénétrons plus avant dans la science qui nous montre le chemin.

Mais qu'est-ce que la science? Certains hommes d'affaires semblent penser que ce mot n'appartient qu'aux professeurs des collèges; mais Spencer donne une très simple définition du mot science: "C'est, dit-il, une connaissance organisée." C'est l'expérience systématisée, réduite à une loi naturelle. Prenez les faits, les vérités, les principes de toute branche donnée de la pensée, de l'activité, organisez-les, classifiez-les, et vous avez une science.

L'homme d'affaires, de nos jours, devient un homme de science. La science des affaires est le sujet le plus fascinant qui existe, parce qu'il comporte la science de la formation de soi-même, de l'établissement des affaires, de la construction des villes et du développement d'une nation. Voyons quels sont les principes fondamentaux sur lesquels repose la construction d'une ville.

D'abord pourquoi de si nombreuses personnes sont-elles réunies dans une communauté? Nous pouvons le savoir en voyant ce qu'elles font. Ces personnes sont engagées dans les affaires, dans la fabrication ou la distribution des marchandises, dans l'administration municipale; elles se livrent à l'enseignement, elles ont une profession libérale, etc. Mais la majorité est dans les affaires et ceux qui ont d'autres occupations dépendent des premiers.

La production ou la manufacture a fait des progrès énormes dans les quelques dernières années. L'application scientifique de la machinerie et le système ont produit une telle évolution qu'il ne s'agit plus de la quantité, de la qualité et du prix des marchandises produites; le problème est celui de leur distribution sur une base profitable et en quantités suffisantes. Il est vrai que le problème de la main-d'œuvre est très important dans cette partie des affaires; mais on arrive rapidement à sa solution. C'est une question d'éducation que nous traiterons plus tard.

Quand on examine la question de la distribution, on y trouve deux classes principales — ceux qui recherchent les affaires et ceux qui les attendent venir. Parmi les premiers sont le marchand en gros, l'homme aux spécialités et le producteur. Ils emploient des hommes pour parcourir le pays à la recherche de clients pour leurs produits. Le but de ces hommes est d'augmenter constamment le volume des affaires profitables, d'agrandir sans cesse leur champ d'action et d'apporter à la compagnie et à la ville qu'ils représentent leur part raisonnable du commerce.

La science de la vente.

Le succès de la ville dépend d'abord du succès de ses maisons d'affaires. Le succès de ces dernières dépend de leur organisation, dont la base est le département des ventes.

Nous voyons donc que le développement de la ville dépend, après tout, de l'art du vendeur, et il est grand temps que les hommes d'affaires se rendent compte de la nécessité absolue de jeter les lumières de la science sur cette importante question.

La nécessité, la mère de l'invention, a voulu que des connaissances universelles sur ce sujet fussent réunies, classifiées, arrangées, systématisées, réduites à une science.

La science de la vente étant organisée, voyons ce que nous révèle cette science. J'espère que tout le monde comprendra que le succès n'est pas dû à la chance, mais est le résultat naturel d'une vie en harmonie avec les lois naturelles, que chacun peut apprendre et appliquer, s'il le veut.

L'établissement des affaires.

Le succès d'une maison de commerce dépend du volume d'affaires profitables qu'elle s'assure, lequel dépend, à son tour, de la confiance que la maison inspire au public acheteur, d'abord dans son administration, puis dans ses marchandises et enfin dans ses employés. Tout employé venant en contact avec un client a une occasion de fortifier ou de détruire cette confiance.

Cela est particulièrement vrai de ceux qui s'occupent directement de la vente. Le succès du vendeur dépend d'abord de son aptitude à créer et à maintenir la confiance; celle-ci est inspirée par la personnalité du vendeur, et cette personnalité dépend des facultés mentales et des qualités de l'individu. Le caractère de l'homme se développe comme ses facultés et ses qualités.

La santé est le résultat du développement physique de l'homme travaillant en harmonie avec ses qualités mentales. Le résultat naturel du développement du corps et des facultés mentales, est la force de persuasion qui induit le public à acheter ce que le vendeur lui offre à profit. Cette force de persuasion est représentée par la voix, le geste, etc., et inspire et maintient la confiance; comme résultat, le vendeur s'assure la clientèle la plus profitable. Suivant la manière dont ces qualités sont développées chez un homme, celui-ci est qualifié pour la vente, l'administration ou la direction.

La science nous révèle que quatre facteurs figurent dans chaque transaction: le vendeur, le client, les marchandises à vendre, la conclusion de la transaction, c'est-à-dire la vente elle-même.

Les vrais vendeurs ne sont pas simplement ceux qui voyagent ou qui restent derrière un comptoir; le personnel tout entier de la maison de commerce, à partir du président jusqu'à l'employé le moins payé, fait partie de l'organisation composite de la vente. Le travail de chacun influe sur la partie très importante des affaires qu'est le profit. Par conséquent, plus l'organisation est efficace et le travail fait en harmonie, plus le succès de la maison de commerce est sûr; de là, nécessité de développer le caractère et la santé.

Le client.

L'homme d'affaires doit apprendre à mieux comprendre la nature humaine. Il doit étudier avec soin les divers genres d'individus, leur tempérament, leurs habitudes, afin de les comprendre et de mieux agir en harmonie avec la loi de non-résistance.

De fortes sommes d'argent sont perdues chaque jour