

qualités positives? Nous pensons qu'une instruction semblable est d'une valeur illimitée.

Il est bien évident que notre observation personnelle peut nous amener à découvrir bien des choses utiles pour la vente; ce que nos yeux attentifs peuvent enregistrer formera une bonne somme de connaissance, mais une telle instruction personnelle ne peut qu'être très imparfaite, tandis que si nous écoutons ce que disent les autres et en faisons profit, si nous lisons souvent et constamment ce qu'enseignent les revues commerciales, en nous aidant de toute la puissance de notre raison et de notre jugement, nous pouvons augmenter sans arrêt notre bagage de connaissances et par conséquent gravir de nouveaux échelons vers le succès. Une science ne s'acquiert pas par soi-même, ce sont les autres qui, par leurs enseignements précieux la font pénétrer en vous.

Un médecin ou un avocat, quelle que soit l'habileté de l'un ou l'éloquence de l'autre, ne serait qu'un piètre professionnel malgré ses dons naturels s'il n'avait pas acquis les connaissances indispensables d'une instruction des plus complètes.

Et pour l'avocat, cette éducation complète s'étend bien au-delà de la science des lois, tout comme, elle ne consiste pas seulement pour le médecin à être familier avec la science de la médecine. De même dans le commerce, la science de la vente ne comprend pas seulement l'action même de la vente, elle englobe bien d'autres éléments qui constituent le caractère et forment une individualité. Et il est triste à penser que beaucoup de vendeurs ne possèdent pas la première lettre de cette science, bien plus, refusent de croire à son efficacité souveraine.

Il est très vrai qu'il n'existe pas dans les individus deux êtres absolument semblables, et on ne peut s'attendre en conséquence à posséder un ensemble de règles pour la vente, susceptibles de s'appliquer et de convenir parfaitement à tous les tempéraments, mais personne ne saurait discuter le fait qu'il existe des lois fondamentales qui gouvernent la vente des marchandises et que celles-là peuvent et doivent s'appliquer à tous indistinctement.

Si nous considérons les points fondamentaux qui caractérisent les vendeurs à succès, nous les rencontrons parmi les qualités suivantes: La santé, l'honnêteté, la loyauté, l'enthousiasme, la bonne humeur, l'énergie et la patience.

Voilà les qualités positives essentielles pour réussir. Nul ne saurait nier qu'il soit possible de développer de telles qualités ou facultés et par conséquent nul ne saurait dire qu'on ne peut devenir un bon vendeur, à moins d'être né tel.

On pourrait ajouter à ces qualités: le jugement, la mémoire, l'économie, la sincérité, la tempérance, etc., et si la possession de telles facultés vous permet de les développer, par l'étude, à un degré tel que vous deveniez un véritable caractère, dont la capacité s'impose, doutez-vous de l'efficacité de la science de la vente?

DE LA NECESSITE DE L'ANNONCE

De nos jours, peu d'affaires peuvent réussir sans une annonce, judicieuse quelle qu'elle soit, ou, en d'autres termes, sans un certain sacrifice d'argent. Malgré ce fait, généralement reconnu, il est indiscutable que beaucoup de maisons canadiennes hésitent à faire une dépense pour cette fin, à moins qu'elles ne prévoient un rendement immédiat et certain. Il est à remarquer cependant que cet état d'esprit est en voie de changement, et c'est grâce aux méthodes avancées de quelques grands manufacturiers du Canada que notre pays se fait connaître, comme exportateur dans toutes les parties du monde. Ces hommes n'ont pas été long à saisir l'occasion propice et ils n'ont pas hésité à dépenser de l'argent partout où ils pensèrent que, le moment venu, il leur serait rendu sous forme de profits.

On devrait comprendre que, étant donné que le Cana-

da est un nouveau venu dans le monde commercial où d'autres concurrents sont déjà fermement établis, il sera nécessaire de fournir un effort extraordinaire pour lui conquérir une place prédominante.

Le manque d'annonce est surtout évident en Amérique du Sud.

Ce continent offre un vaste champ aux entreprises commerciales: il est riche, relativement inexploité, et fait montre d'un empiètement à acheter ce qui est utile qui n'est égalé par aucun autre groupe de pays. De toutes les républiques latines d'Amérique, aucune n'est aussi riche et aussi avancée que l'Argentine. C'est pourquoi, si l'on devait décider d'annoncer les produits du Canada dans l'Amérique du Sud, on ne saurait trouver un meilleur endroit que Buenos Ayres, la capitale de la république.

Une puissante raison de la nécessité d'une telle entreprise, c'est que seuls des procédés spéciaux d'initiative pourront surmonter l'ignorance qui prévaut dans ce pays, et sur tout le continent, en ce qui concerne le Canada et ses ressources.

Un Canadien voyageant de l'Est à l'Ouest du Dominion, ayant devant lui toutes les preuves de la générosité de la nature, des grandes industries qui donnent du travail à des milliers de mains, d'une immense richesse, croit naturellement que tout l'univers connaît le Canada. Mais il serait grandement surpris, en parcourant l'Amérique du Sud, de constater combien sont nombreux ceux qui ne connaissent pratiquement rien du Canada et encore moins de ses industries. Autant qu'on peut en juger, l'opinion générale est que le Dominion fait partie des Etats-Unis ou leur est attaché de quelque façon. Le plus souvent, on le désigne sous le nom d'Amérique du Nord.

Comme il serait inutile d'essayer d'attirer l'émigration ou le capital de ce pays, chez nous, le seul objet, en annonçant, serait d'attirer l'attention des importateurs sur les avantages qu'il y a à faire affaires avec le Canada. Un moyen efficace d'arriver à cela, se soit d'organiser une exposition comme nous l'avons fait déjà ressortir précédemment.

UNE EVOLUTION DANS L'ART DE GARNIR LES VITRINES

Pendant de longues années, les boîtes vides, les cartons, les planches de bois, etc., furent les seuls moyens dont on disposa pour l'arrangement des marchandises dans les vitrines. Mais les hommes de progrès comprenant l'insuffisance d'un tel matériel d'occasion, s'ingénierent à imaginer et à réaliser une série de fixtures pour vitrines, permettant même aux commis inexpérimentés d'établir les plus jolis arrangements de vitrines qui soient. Le problème fut résolu par la création d'une série de fixtures en bois interchangeables et construites de telle sorte que toutes les parties s'adaptent entre elles d'une façon parfaite. De cette façon, le marchand qui possède cette série de fixtures les dispose à son goût, les raccourcit ou les allonge à son gré, leur donne la forme qui convient le mieux à l'usage qu'il veut en faire et il peut ainsi obtenir les mille et un effets qui sont un aide précieux pour rendre les vitrines plaisantes et attrayantes.

Une notice explicative permet d'exécuter des centaines d'idées romping ainsi la monotonie lassante qui avait prévalu jusqu'ici avec les fixtures permanentes et non-changeables et ajoute ainsi aux magasins qui les emploient un joli cachet de nouveauté et de renouvellement continu des plus efficaces pour la vente.