

LA CONDUITE D'UN COMMERCE DE DETAIL

Conférence faite par M. Fred. C. Larivière, de Montréal, au Conventum des Détaillants en Ferronnerie de la Province d'Ontario, à Hamilton.

Veillez, je vous prie, accepter mes sincères remerciements pour l'honneur que vous m'avez conféré en me choisissant pour présider à la discussion des questions. Je suis sûr que vous auriez pu faire un meilleur choix parmi vous-mêmes; mais je suis sûr aussi que personne ne pourrait faire de plus grands efforts et ne mettrait de meilleure volonté pour faire de cette partie du programme un succès. Si mon expérience de vingt-neuf ans dans le commerce de la quincaillerie est une garantie suffisante pour répondre efficacement à vos questions, vous pouvez être assurés que je ferai de mon mieux pour vous faire bénéficier de ma longue expérience. Je félicite sincèrement les organisateurs du Conventum du succès qu'ils ont déjà obtenu, spécialement en ce qui concerne le nombre des membres présents et la bonne représentation des quincailliers détaillants de la province d'Ontario.

On m'a demandé, avant l'ouverture de la discussion, de dire quelques mots sur "La conduite d'un commerce de détail de quincaillerie et de poêles". Ne désirant pas passer beaucoup de temps à cette question, sur laquelle on peut écrire des volumes, je me bornerai à deux sujets importants: 1^o "Les profits qui peuvent être faits sur le coût des marchandises"; 2^o "Les causes d'insuccès en affaires".

Profits sur le stock renouvelé

J'ai devant moi un exemple très frappant qui, je pense, est si simple et si clair, que chacun de vous s'y intéressera. C'est un fait bien connu que plus souvent on renouvelle le stock, plus profitable est le commerce et plus les profits s'accroissent rapidement. Supposons qu'un capital de \$100 soit investi dans un stock et que la marge de profits soit de 20 pour cent sur le prix coûtant. Si ce stock est renouvelé cinq fois au cours de dix années, ces \$100 produiront \$148.83 de profits nets. S'il est renouvelé dix fois en dix ans, les profits nets seront de \$510.16. S'il est renouvelé vingt fois en dix ans, les profits nets seront de \$3,733.60 et s'il est renouvelé quarante fois en dix ans, c'est-à-dire, tous les trois mois, les profits nets seront de \$146,870.74. Vous voyez immédiatement la différence de production de chaque cas particulier dont chacun de vous, je n'en doute pas, se rend compte à première vue. Ce principe posé, je crois que

l'intérêt du détaillant est de limiter ses affaires ou son stock en mains aux marchandises les plus vendables et d'avoir en magasin une très petite quantité de marchandises pour lesquelles la demande est faible; en appliquant le même principe à la fixation des prix de vente, on peut voir qu'il est préférable, au point de vue pécuniaire, de vendre sur une marge de 10 pour cent des marchandises que vous pouvez renouveler une fois par mois, plutôt que de vendre deux fois par an des marchandises à 50 pour cent de profit.

Le commerce est comme un navire de guerre qui se dirige vers un port appelé "Succès". Vous avez entendu dire cela plus d'une fois et vous êtes-vous rendu compte que vous ne pouvez pas aller le devant dans le jeu des affaires à moins que vous ne luttiez, et vous ne pouvez pas réussir d'une manière permanente



M. Fred. C. Larivière

à moins que vous ne continuiez la lutte. Aujourd'hui, le commerce de la quincaillerie en détail est réellement une lutte de longue haleine, du commencement à la fin. Dans la lutte commerciale, c'est l'homme le mieux doué qui l'emporte. Chaque fois que vous êtes surpris sommeillant, les mains basses, vous êtes sujet à être frappé et le referee peut compter jusqu'à dix et vous mettre hors de la lutte. La lutte sans relâche, voilà quel est le prix de la victoire. Si vous voulez vaincre dans la lutte commerciale, ayez soin de vous maintenir au premier rang. Toutefois, dans les affaires, il ne devrait pas exister des choses telles que l'inimitié ou la haine entre rivaux; il ne devrait y avoir que le plaisir de bon aloi que l'on éprouve à vaincre honorablement un compétiteur, le sentiment de satisfaction que nous éprouvons tous quand nous battons un rival dans tout autre jeu. Si

nous mettons tout notre cœur au jeu, si nous aimons réellement ce jeu, nous éprouvons beaucoup de plaisir à étudier les divers points, bien que nous soyons forcés quelquefois d'accepter une défaite temporaire.

Aucun grand général n'a jamais gagné chaque engagement ou chaque bataille sur l'ennemi. En fait, personne ne peut vaincre en tout temps. Nous n'avons pas à être toujours victorieux et il n'est pas nécessaire que nous le soyons toujours. Une victoire remportée de temps à autre par votre compétiteur est réellement une bonne chose pour vous; cela vous met davantage sur vos gardes pour la lutte suivante et entre temps, si vous vous êtes tenu sur le qui-vive, vous avez fortifié les points faibles et votre rival trouvera que chaque pouce de terrain sera disputé chaudement.

Vous savez tous que les profits nets sont le résultat de chaque mouvement que vous faites. Il y a des pratiques qui augmenteront vos profits nets plus promptement que d'autres. Parmi celles-ci figurent les bons achats et la surveillance des placements dans toutes les lignes.

Qu'est-ce qu'un bon achat?

Un bon achat ne consiste pas simplement à obtenir les prix les plus bas. Je crois que le marchand qui obtient un prix raisonnable dans un temps court de telle sorte qu'il a suffisamment de temps à consacrer à la vente de ses marchandises et à la gestion de son magasin est un meilleur acheteur que le marchand qui obtient 2 1/2 ou 5 pour cent de réduction, mais qui, en faisant cela, y emploie une telle partie de son temps que le département des ventes est négligé.

Nombreux sont les marchands qui négligent de surveiller leurs placements de fonds dans toutes les lignes et, cependant, de tous les moyens de produire des profits nets, il n'en est pas d'aussi important que la surveillance de tous vos placements. Vos ventes augmentent ou diminuent avec le nombre d'articles que vous avez en vente et non avec l'augmentation ou la diminution des quantités des différents articles que vous possédez. Quand vous avez un approvisionnement qui durera six semaines alors qu'un approvisionnement pour deux semaines aurait été suffisant, vous immobilisez inutilement autant de votre capital qu'il est représenté par l'excédent sur un approvisionnement de quatre semaines. Sur cet excédent d'approvisionnement vous perdez non seulement l'intérêt même et le coût de magasinage, mais aussi vous perdez le profit que vous pourriez avoir gagné sur d'autres marchandises qui auraient pu être achetées avec cette somme d'argent.

Pour réussir, chaque magasin doit avoir