

des de succès et d'insuccès, consultant votre minimum quotidien pendant un intervalle de six mois, par exemple, vous pouvez établir une moyenne sur laquelle vous pourrez compter à l'avenir. Cette moyenne peut et doit changer, car avec une plus grande expérience, elle doit s'améliorer. Quand des désappointements auront lieu, vous saurez que, par un effort persistant, vous pourrez maintenir cette moyenne et l'augmenter. C'est une garantie de succès, à condition toutefois, que vous persistiez dans vos efforts. Mettez-vous à l'ouvrage et établissez une moyenne.

Un agent devrait-il solliciter un client en perspective, quand il se sent fatigué ? Ce qu'il y a de fâcheux, c'est que l'agent qui se pose cette question commence à se sentir fatigué, dès qu'il approche de la demeure de l'homme qu'il va solliciter. Celui-ci se sentira fatigué lui-même quand il verra cet agent entrer chez lui. La maladie est contagieuse. Réagissez. Cet homme a besoin d'assurance, et il le sait. Il y a toutes sortes de raisons pour qu'il s'assure maintenant. L'agent en bonnes formes pourrait lui vendre une police d'assurance en ce moment. Beaucoup d'autres pourraient en faire autant, vous le savez. Alors faites-le vous-même. Voilà à quoi vous devriez penser, chaque fois que vous allez solliciter quelqu'un, et chaque fois que vous rappelez de cette personne devrait augmenter votre désir de l'assurer. Ayez confiance en vous-même, et ce sentiment de lassitude disparaîtra.

L'agent qui réussit à imaginer un moyen de se mettre en relations avec un client probable, a résolu un important problème de la sollicitation. Une circulaire rédigée habilement peut le mettre en contact avec beaucoup de personnes parmi lesquelles il fera son choix. L'agent peut avoir assez de diplomatie pour faire des affaires par l'intermédiaire de ses relations mondaines sans en avoir l'air. Il peut augmenter sa liste de personnes à solliciter par des lettres ou des cartes de présentation en lisant dans les journaux les noms de personnes qui ont réussi dans quelque entreprise importante, d'employés qui ont été promus à une position plus élevée avec augmentation de salaire, etc. Il ne doit pas oublier, toutefois, que de tels expédients, bien qu'ils puissent donner plus de succès dans la sollicitation, ne rendent pas le travail plus facile. Les méthodes les plus ingénieuses pour faire des affaires n'atteindront leur but que grâce au travail persistant et opiniâtre de l'agent. Une liste de clients en perspective n'a de valeur que si l'agent va solliciter ces personnes immédiatement.

Téléphone Main 33.
ESINHART & EVANS
 Agents principaux
**SCOTTISH UNION & NATIONAL
 INSURANCE COMPANY
 OF EDINBURGH**
 —
**GERMAN AMERICAN
 INSURANCE COMPANY,
 NEW YORK**

et Courtiers Généraux d'Assurance.

Argent à prêter sur Biens Fonciers, aux taux courants les plus bas. Demande directe sollicitée.

BUREAU:
 EDIFICE LAKE OF THE WOODS,
 39 RUE ST-SACREMENT,
 MONTREAL.

London Guarantee & Accident Co. Limited.

Contrats de Garantie et de Fidélité.
 Polices d'assurances contre les Accidents et la Maladie.

Polices Collectives contre les Accidents pour les Ouvriers.

D. W. Alexander, Gérant pour le Canada.
 TORONTO.

W. M. McCombe, Gérant pour la Province de Québec,
 Edifice Canada Life, MONTREAL.

ASSUREZ-VOUS

DANS

LA SAUVEGARDE

- 10 PARCE QUB Ses taux sont aussi avantageux que ceux de n'importe quelle compagnie.
- 20 PARCE QUB Ses polices sont plus libérales que celles de n'importe quelle compagnie.
- 30 PARCE QUB Ses garanties sont supérieures à la généralité de celles des autres compagnies.
- 40 PARCE QUB La sagesse et l'expérience de sa direction sont une garantie de succès pour les années futures.
- 50 PARCE QUB Par dessus tout, elle est une compagnie canadienne-française et ses capitaux restent dans la province de Québec pour le bénéfice des nôtres.

Siège social: 7 PLACE D'ARMES,
 MONTREAL.

PRECEPTES D'AFFAIRES JAPONAIS

La fortune plane sur la maison des sourires. Il n'y a pas de succès commercial sans fine diplomatie. Les rouages des affaires fonctionnent plus rapidement lorsqu'on les lubrifie avec l'huile de la bonté et de la considération humaine.

La meilleure manière de conduire un commerce est de suivre l'exemple du voyageur, qui, avec une lourde charge sur ses épaules, ne se presse ni ne s'arrête, mais avance lentement.

Sacrifiez de petites pertes pour faire de gros gains. Un bon discours est bref, de même qu'une lettre. Quand on vous demande un ciseau, donnez aussi le marteau.

De tous les ennemis, la négligence est le pire.

La richesse et le bonheur résultent de l'effort.

Pour obtenir un bon travail des hommes, passez par-dessus leurs petits défauts.

L'habileté d'un homme en affaires peut être mesurée par sa capacité à emprunter de l'argent.

Qui ne risque rien n'a rien; celui qui n'ose pas pénétrer dans l'ancre du tigre, ne peut pas prendre un jeune tigre.

L'échantillon, la publicité et l'enseigne du magasin devraient dire la vérité.

Etablissee des règles simples et ne changez rien à votre système; cela inspirera confiance.

Quand des hommes empruntent de l'argent, ils sourient comme Bouddha; quand ils rendent l'argent, ils ont l'air mauvais.

Choisissez d'abord le temps convenable, puis la place convenable, et unissez vos forces pour opérer harmonieusement.

Recueillez les profits en affaires, comme si vous cueilliez des feuilles de thé, laissant les jeunes pousses pour la prochaine cueillette.

Soyez prudent dans l'adversité et prudent dans la prospérité. Soyez toujours optimiste quand les affaires sont inactives et pessimiste quand la prospérité revient.

Une grande hâte gâte les résultats, comme dans le cas du sot fermier qui tirait les tiges de riz pour activer la pousse et qui tua la plante.

JOURNAL DE LA JEUNESSE. — Sommaire de la 1970e livraison (3 septembre 1910).—Lance et Quenouille, par Pierre Maël. — Comment brûlent les forêts et comment on les protège.—Le voltigeur hollandais, par Georges G. Toudouze. — Beurre de cacao.—Anecdotes sur le roi Edouard VII, par Jean Marbel.

Abonnements. France: Un an, 20 fr.—Six mois, 10 fr. Union Postale: Un an, 22 fr.—Six mois, 11 fr. Le numéro, 40 centimes. Hachette et Cie, boulevard St-Germain, 79, Paris.

Une large publicité débarrasse promptement des marchandises le comptoir des occasions.