

ques dollars par an pour vous instruire. C'est de l'argent bien employé, et les connaissances que vous acquérez par la lecture de publications modernes vous seront toujours utiles.

Tenez-vous au courant des nouvelles idées en fait de publicité, des plans pour les ventes spéciales et d'une foule d'autres choses qui aident à attirer la clientèle et à augmenter les affaires. Ne laissez pas votre magasin ressembler à une boutique de bric-à-brac. Débarrassez-vous de vos vieilles marchandises et mettez-en de nouvelles en stock dans toutes les lignes. Dans les grandes villes, les marchands de gros font beaucoup d'offres spéciales dont les marchands de la campagne devraient prendre note et profiter. Comment connaîtrez-vous ces valeurs spéciales si vous ne lisez pas un journal commercial?

Au sujet des aliments purs, supposez qu'une loi soit passée forçant les épiciers à se défaire de leurs marchandises impures, sous peine d'être poursuivis. Le moyen de le savoir est de lire les journaux; alors vous serez en mesure de vous protéger, si vous êtes épicier, et d'aider ceux qui travaillent dans votre intérêt.

Quant aux marchands de nouveautés, il est certainement nécessaire qu'ils se tiennent au courant des nouveaux genres, des nouvelles modes et de toutes les indications données pour les étoffes à

robes. Comment pouvez-vous vous attendre à faire des affaires ou à obtenir la clientèle de votre communauté si vous ne tenez pas des marchandises modernes, et comment pouvez-vous savoir ce qui est à la mode, si vous ne lisez pas un journal de nouveautés? Ne tenez que les marchandises de la dernière nouveauté et vous n'aurez pas de peine à les vendre. Ne mettez pas en stock un fort assortiment d'un article spécial, à moins que vous ne sachiez qu'il sera en demande. Si vous lisez un bon journal, vous saurez d'avance exactement ce dont vous avez besoin pour votre commerce, et vous pourrez user de jugement dans vos achats.

Beaucoup de marchands se figurent que l'argent dépensé en publications commerciales est de l'argent gaspillé; cessez de les lire pendant quelque temps, commandez vos marchandises indifféremment et remarquez la différence dans vos profits.

Maintenant, il y a encore la question de l'étalage dans les vitrines. Chaque marchand se rend compte de l'importance de cet étalage comme moyen de publicité. Ce sont les journaux commerciaux qui vous donnent de nouvelles idées, qui vous disent comment arranger vos marchandises d'une manière attrayante et vous indiquent quantité de moyens pour attirer le public dans votre magasin. Si votre rival est au courant de

tout cela et en profite, où irez-vous si vous ne faites pas comme lui? A cette époque de concurrence active, c'est le marchand qui est toujours aux aguets et qui fait tous ses efforts pour devancer ses rivaux qui réussit.

LES ANNONCEURS SENSES

L'invention de la machine à écrire a exercé, dit-on, une bonne influence sur la rédaction de la publicité. L'emploi général de la machine à écrire et de la sténographie s'est fait simultanément. Ces deux choses permettant au commerçant ou au manufacturier de s'asseoir à son pupitre et de dicter des articles de publicité, l'annonceur a été mis à même de faire un travail bien meilleur, dit "Commercial Bulletin". Pourquoi?

Simplement parce qu'il a été naturel. Il a parlé et son langage était la parole ordinaire de tous les jours, sans aucun effort à être emphatique.

Aussi ce langage mis dans une annonce a produit de l'impression sur les lecteurs, comme une parole franche et dépourvue d'exagération.

Cela fait de nouveau ressortir la nécessité d'être simple et d'aller droit au but dans la publicité.

Les paragraphes formés d'une phrase ont toujours beaucoup de force. Un des bureaux de publicité les plus expérimentés qui existent emploie des paragraphes

SEL SEL

GROS ET FIN

DEMANDEZ NOS PRIX.

D. RATTRAY & SON

MONTREAL.