

VENDEZ L'ARTICLE DEMANDE

Il est toujours facile à un marchand de persuader à son client d'acheter l'article qu'il lui recommande, mais il y a grand danger à recommander à un acheteur une marchandise plutôt qu'une autre. Si le client n'est pas satisfait de l'article recommandé il est capable de prendre le chemin d'un autre magasin. C'est donc un risque que prend le marchand quand il recommande quelque chose.

Nous lisons dernièrement chez un de nos confrères une petite anecdote qui vaut la peine d'être rapportée :

Une cliente demande un baril de farine à son fournisseur ; celui-ci venait justement d'acheter un lot de farine de qualité supérieure dans d'excellentes conditions et au lieu d'envoyer à la dame la farine qu'elle avait coutume d'acheter il lui livre une farine supérieure qu'il facture au même prix que celle de la qualité ordinaire demandée d'habitude par sa cliente.

Le lendemain, la dame qui avait sans doute mal chauffé son poêle arrive tout essoufflée chez son épicier et lui demande d'un air très fâché pourquoi il a changé la marque de farine qu'elle achetait habituellement, qu'elle n'en obtenait rien de bon.

C'est bien, répond l'épicier, je vais faire reprendre la farine qui vous a été livrée par erreur et je vous enverrai la farine que vous désirez.

Le marchand voulant en avoir le cœur net changea simplement le couvercle du baril et renvoya la même farine à sa clientèle. Celle-ci, revenant quelques jours après au magasin ne tarissait pas d'éloges sur la farine ; elle s'y connaissait, disait-elle, et il n'existait pas de meilleure farine que celle portant la marque

qu'elle achetait depuis nombre d'années.

N'est-ce pas le cas de répéter encore qu'il y a plus de consommateurs que de connaisseurs. Le mieux donc est de donner toujours l'article demandé. Mais le développement de l'industrie, la concurrence dans la production ont donné naissance à tant de marques différentes pour certains articles qu'il est difficile et même impossible de les avoir toutes en magasin. Prenons, par exemple, la poudre à pâte, le savon : on en voit de toutes marques et aussi de toute qualité et l'épicier ne peut engager une forte partie de son capital pour avoir ses lignes complètes dans ces deux articles ; cela se conçoit. C'est à lui de faire un choix judicieux entre les différentes marques et de s'y tenir. Le choix à faire ne sera pas le même pour celui qui fournit à la clientèle riche que pour celui qui tient un magasin au milieu de gens vivant pauvrement de leurs gages. Mais toujours le marchand trouvera intérêt et bénéfice à ne vendre que l'article de la meilleure qualité pour le prix que sa clientèle peut y mettre.

Quand un marchand n'a pas en magasin un article demandé qu'il se garde bien de dire à son client : " nous ne tenons pas d'articles d'une qualité aussi inférieure ". Personne n'aime à s'entendre dire qu'il achète ou consomme des marchandises de qualité inférieure ; c'est un soufflet que rarement un client pardonne. Dites simplement que vous ne l'avez pas.

Un commerce ne s'établit pas en un jour, une clientèle est longue à former et ce n'est pas l'affaire d'un mois, ni même d'une année que de réussir et d'obtenir l'aisance ou l'indépendance de fortune dans le commerce de détail. Tout cela est l'œuvre du temps. C'est par de nombreuses petites ventes, chaque jour, chaque mois et chaque année