

# TISSUS ET NOUVEAUTÉS

TISSUES AND FASHIONS

REVUE MENSUELLE

Publié par ALFRED et HENRI LONVAIN, éditeurs-propriétaires, au No 23 rue Saint-Gabriel, Montréal, Téléphone Bell Main 2447, Boîte de Poste 911. Abonnements : dans tout le Canada et dans États-Unis, \$1.00, strictement payable d'avance; France et l'Union Postale, 7.50 francs. L'abonnement est considéré comme renouvelé, à moins d'avis contraire donné au moins 15 jours avant l'expiration, et ne cessera que sur un avis par écrit, adressé au bureau même du journal. Il n'est pas donné suite à un ordre de discontinuer tant que les arriérés et l'année en cours ne sont pas payés. Adresser toutes communications simplement comme suit : **TISSUS ET NOUVEAUTÉS, MONTREAL, Can.**

Vol. I

NOVEMBRE, 1900

No 11

## == Avec le Client ==

**R**IEN n'est plus éternant pour un bon vendeur que de manquer une vente. Il faut en convenir. Mais ce n'est pas une raison, en pareil cas, pour faire des remarques en arrière du client ou sur son dos. Dans un magasin de nouveautés, le client, c'est généralement la femme, et avec une femme plus encore qu'avec un homme, un bon commis, un employé qui sait qu'une partie de ses devoirs est de ne jamais sortir des convenances, ne fera jamais de remarques déplaisantes ou simplement désobligeantes sur le compte d'un acheteur ou prétendu tel.

A notre avis, il n'est pas de plus mauvaise tactique que pour certains commis de se montrer discourtois envers une personne à qui ils n'ont pas pu et quelquefois pas à vendre. Ils ont déchargé leur bile, c'est vrai, mais un bon commis ne doit pas être bilieux.

Il y a des clients, nous l'admettons, qui font tout ou à peu près tout ce qu'ils peuvent pour se rendre et être désagréables et qui traitent les commis du haut de leur grandeur; et mais, soyez certain que le meilleur moyen de les amadouer est encore de répondre à leur grossièreté par des prévenances, des marques de politesse et une patience que rien ne peut abattre.

Il faut, en un mot, que le client, qu'il ait acheté ou non, quitte le magasin en conservant une bonne opinion de la maison et de son personnel. Il revient

et soyez-en assuré, se montrera plus coulant, moins exigeant et achètera.

Si votre patron, en vous engageant, a pris des renseignements sur votre caractère, c'est qu'il sait bien que dans le commerce on voit des clients plus ou moins pointilleux, plus ou moins faciles. Il sait, n'en doutez pas, que votre patience sera souvent mise à bout, mais il ne doute pas que vous saurez toujours conserver une égale humeur dans toutes les occasions. Peut-être lui-même serait-il en certains cas, moins patient que vous; la chose est possible. Néanmoins, il attend de vous que vous ne le désabusiez pas quand il vous prête la vertu de patience.

Il est une remarque qui se fait quelquefois, nous dit-on, quand une cliente part sans acheter et dit qu'elle reviendra. Cette remarque d'un commis : "C'est bien, madame, je vais en prendre note" est absolument insultante. C'est dire tout simplement que vous ne croyez pas à sa parole, de là à lui dire qu'elle ment, la différence n'est que dans la forme du langage.

Un commis qui veut arriver et qui veut avoir bon renom parmi la clientèle et auprès de ses camarades de travail, comme de son patron, doit être courtois avec tous en toute occasion.

Manquer une vente est plutôt un sujet de désappointement, de regret et d'humiliation pour un bon commis. Au lieu d'en rejeter la faute sur le client, il devrait plutôt se demander s'il a fait tout ce qu'il fallait et de la façon dont il le fallait, le nécessaire pour assurer la vente.