



VOICI LE TEMPS DES ETUIS A FUSIL

La saison de la chasse est arrivée, c'est le moment d'exposer les Etuis à Fusil d'Eveleigh. Si vous aviez un de ces Etuis à Fusil à montrer à vos clients vous en vendriez probablement plusieurs.

L'Etui à Fusil no 578 est fait de peau de vache tannée cousue très solidement.

L'Etui est muni d'une cartouchière extérieure, d'une poignée et d'une bretelle fortes en cuir.

Convenable pour tout fusil jusqu'à celui d'un canon de 32 pouces.

PRIX NET \$6.50.

J. Eveleigh & Co LIMITED.

MONTREAL

"Les grands fabricants de valises"

Pour le Commerce de Détail

Pour faire l'ouverture de la saison nouvelle dans le commerce de la Chaussure

Méthodes qui pourront être suivies avantageusement et donneront une impulsion nouvelle aux affaires pour la saison d'automne.

Quelques bonnes manières d'annoncer les nouveaux stocks.

Y a-t-il une "Ouverture de la saison d'automne" dans la chaussure? Pour provoquer un nouvel et vigoureux départ, au début de la saison, n'allez-vous pas tenter de faire mieux que durant celle qui vient de se terminer, ou bien, vous contenterez-vous des résultats acquis, sans faire un nouvel effort pour en amener l'amélioration?

Le marchand qui ne veut pas rester en arrière, ne néglige rien pour se tenir dans le sillage du progrès, regarde minutieusement tout autour de lui, observe patiemment et note avec précaution les idées nouvelles qu'il pourra adapter à son système d'affaires. Dès qu'il a reçu ses envois d'automne, il en vérifie le contenu, et examine chacune des nouveautés en essayant de discerner celles qui sont le plus aptes à faire une impression immédiate et certaine sur le public, et cette sélection faite, il s'ingénie à faire savoir à tous qu'une nouvelle saison commence et qu'en conséquence il a garni son magasin d'un large assortiment des plus récents et des meilleurs modèles qui puissent exister.

Le jour d'exposition

Cette méthode est employée dans beaucoup de départements, tels que vêtements ou modes, et les plus grands magasins de chaussures ont, eux aussi, leur "jour d'exposition", durant lequel les différents modèles peuvent être examinés à loisir par le public sans qu'il soit fait, d'un côté ni de l'autre, ni achat, ni vente.

Cette manière d'étaler la marchandise aux yeux du public, sans le contraindre à acheter quoi que ce soit, est d'une aide puissante pour exciter son désir et provoquer ainsi des ventes ultérieures, surtout dans les articles où la mode joue un grand rôle, ce qui est devenu le cas pour les chaussures.

De toute façon, qu'on fasse ou non un "jour d'exposition", il est important de porter à la connaissance du public les stocks qui lui sont offerts pour l'ouverture de la saison dans le département de la chaussure, en organisant une publicité attrayante et effective. La somme à dépenser pour cette publicité d'ouverture, ainsi que la manière de la faire, dépendront évidemment de l'étendue du magasin, de la clientèle visée, et de la somme totale réservée aux annonces pour toute l'année. Pour les grands magasins, qui emploient journellement des pages entières d'annonces pour mettre leurs articles sous les yeux du public, il sera bon de faire toute une série d'annonces spéciales d'ouverture, accompagnées d'illustrations et de descriptions relatives aux nouvelles chaussures en stock pour le début de la saison. Les articles devront y être décrits en détail, on devra mentionner ce en quoi ils sont faits, leurs