

Tissus et Nouveautés

(TISSUES & DRY GOODS)
REVUE MENSUELLE

Publié par La Compagnie de Publications Commerciales (The Trades Publishing Co.), 25 rue Saint-Gabriel, Montréal, Téléphone Main 2347, Boîte de Poste 917. Abonnement: dans tout le Canada et aux Etats-Unis, \$1.00, strictement payable d'avance; France et 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, MONTRÉAL, Can.**

Vol. VI

MONTRÉAL, AOÛT 1905

No 8

COMMENT TRAITER LES PLAINTES DES CLIENTS

La meilleure preuve des aptitudes aux affaires et du caractère d'un marchand est probablement donnée par la manière dont il reçoit les clients qui viennent à son magasin pour formuler une plainte. L'intolérance au sujet des réclamations et la mauvaise humeur à la moindre provocation révèlent toujours le manque d'égalité de caractère, égalité nécessaire au succès dans le commerce de détail.

Pour rendre justice au public, dit "Tobacco", on peut dire que peu de clients se plaignent sans raison, et la manière dont les clients sont traités dans ces rares occasions détermine s'ils continueront à vous conserver leurs bonnes grâces et leur patronage, ou s'ils vous les supprimeront.

Il est donc avantageux de ne manifester aucun ressentiment, que la plainte soit fondée ou non. Un peu de raisonnement et de réflexion apaisera les difficultés dans la plupart des cas, sans perte de clientèle ou de prestige, et il arrivera même qu'un règlement habile d'une difficulté de ce genre fera du client un ami du patron.

Le marchand qui utilise ses propres erreurs pour le plus grand bien de son commerce est celui qui réussit le mieux. Voyez donc à ce que vos commis comprennent parfaitement votre politique à cet égard, car le manque de tact des employés est souvent la cause de la perte de la clientèle.

Le marchand pourrait prendre une leçon sur la manière de traiter les réclamations dans les magasins à départements. Les grands magasins reconnaissent que presque toutes les plaintes ont une valeur éducationnelle. Les clients qui ont à se plaindre de quelque chose indiquent par là même une incapacité ou une négligence là où on s'y attendait le moins, et cette révélation peut se traduire par un profit assez élevé pour le marchand.

Ces réclamations mettent un terme efficace à des méthodes défectueuses ou à une mauvaise main-d'œuvre, et il n'est que juste et d'une bonne politique non-seulement de rectifier ce qui doit l'être, mais aussi de remercier le client d'y avoir appelé votre attention. Ceux qui prennent plaisir à faire des plaintes sont trop peu nombreux pour mériter considération.

PIQUE-NIQUE ANNUEL DE LA HUDSON BAY KNITTING COMPANY

Samedi dernier, 12 août, la Hudson Bay Knitting Co. conviait ses employés et un certain nombre d'invités à un pique-nique au parc Sheringham, Ile Perrot. C'était le troisième pique-nique que la compagnie offrait à son personnel et il a été en tous points digne des précédents.

Le "Duchess of York" qui avait été nolisé pour conduire les excursionnistes à l'Ile Perrot leva l'ancre au Bassin du

Canal à huit heures du matin aux sons harmonieux des instruments de l'orchestre Massino.

M. J. D. Ouellette, le surintendant de la manufacture de la Hudson Bay Knitting Co., dirigeait l'excursion, veillant à ce que chacun ait tout le confort voulu. Il avait pour tous un mot aimable et était plein de prévenances pour les invités.

Il était près de midi, lorsque le bateau arriva à l'Ile Perrot et les passagers purent débarquer au parc Sheringham même.

Sur présentation d'une carte qui leur avait été remise, les excursionnistes recevaient une boîte contenant un lunch complet et appétissant auquel tout le monde fit honneur, l'appétit ayant été d'ailleurs aiguisé par le grand air et la promenade sur l'eau.

Vers 2 heures p. m. commencèrent les courses dont le programme était très attrayant et dont voici les résultats:

Courses pour chercheurs de chaussures; 100 verges: gagnant Hy Trott.

Courses pour filles au-dessus de 16 ans; 100 verges: 1er prix, Melle Berthe Allard, 2ème prix, Melle Bella Sylvestre.

Course pour hommes mariés; 100 verges: gagnant, Fred Ouellette.

Course en sac; 100 verges: gagnant Albert Aggett.

Course pour filles au-dessus de 16 ans; 100 verges: 1er prix, Melle D. Brisebois; 2ème prix, Melle A. Deslongchamps.

Course de fumeurs; 200 verges: gagnant E. Fiset.

Course à l'oeuf sur cuillère pour filles; 75 verges: 1er prix, Melle Alice Charette; 2ème prix, Melle Juliette Léonard.

Course pour hommes; 100 verges: 1er prix, Hy Lucas; 2ème prix, Fred Ouellette.

Course aux patates; gagnant R. Lamoureux.

Course pour garçons au-dessous de 17 ans; 100 verges: gagnant Hy Trott.

Course à trois jambes; 100 verges: 1er prix, R. Lamoureux; 2ème prix, Alb. Aggett.

Tirage au câble. (Six de chaque côté). Tug of War: gagnants: Willie Champagne, La Perrault, Jos. Pothier, S. Lefgaré, Ad. Lefebvre et Sam Gosselin.

M. R. Lucas, secrétaire-trésorier de la compagnie, venu de Lachine pour les rencontrer, fit faire aux invités une superbe promenade à Ste-Anne de Bellevue, sur son magnifique yacht où tous furent reçus avec la plus grande cordialité.

M. J. J. Westgate, président de la compagnie a envoyé un télégramme exprimant ses regrets de ne pouvoir assister au pique-nique. Il avait pris les dispositions voulues pour que toutes les dépenses de la journée fussent supportées par la compagnie qui, comme toujours, a grandement fait les choses.

L'orchestre Massino n'a pas pu contribuer aux plaisirs de la journée en faisant entendre les splendides morceaux de son répertoire tant dans le cours de la journée que pendant la danse qui a eu lieu sur le bateau.

Ceux qui ont pris part à cette charmante excursion en sont