

COMMENT FAIRE L'ÉTALAGE DES MARCHANDISES

L'arrangement du magasin est une science en elle-même; une science qui n'est qu'imparfaitement comprise par la plupart d'entre nous.

L'arrangement du magasin est souvent le facteur qui apporte le succès ou qui l'écarte.

Les bons étalages dans la vitrine sont pour une bonne partie, l'heureuse cause de ce que de nombreuses personnes entrent au magasin, mais, lorsque ces personnes sont entrées, il faut qu'elles soient en présence d'un intérieur capable de retenir leur attention, et de leur procurer une véritable satisfaction de s'y trouver.

C'est la devanture du magasin qui a le plus de valeur dans les cas ordinaires. L'espace de vitrine se range en première ligne; le département le plus proche de l'entrée arrive en second lieu et ainsi de suite. La chose est vraie parce qu'il est difficile, en général, d'obtenir des clients qui entrent dans le magasin, de circuler jusqu'au fond. Et cela pour la bonne raison que de nos jours, le client s'applique à se procurer ce dont il a besoin, dans le plus court temps possible. Par conséquent, les marchandises qui se vendent d'elles-mêmes doivent être placées là où elles aideront à attirer l'attention sur les autres.

Les marchandises qui ne sont pas dans la mémoire du client doivent être placées dans un endroit où elles peuvent être vues.

La marchandise doit être arrangée en groupes qui permettent de faire la vente de plus d'un article.

Les articles qui vont de pair dans un usage courant doivent donc être généralement groupés ensemble.

L'homme qui entre pour acheter du tuyau de jardin doit voir des étalages de bec d'arrosage, de rouleaux de tuyaux et d'arrosoirs de pelouse et cela devrait le conduire facilement aux tondeuses de gazon, aux râpeaux, aux rouleaux de pelouses, etc.

Les profits du magasin dépendent des ventes rapides et du gros volume d'affaires, il est donc clair que tout devrait être fait pour servir le client de façon efficace et aussi rapidement que possible. Les futurs clients doivent être aidés par les arrangements de magasin et par les étalages de vitrine aussi bien que par le personnel de vente, les comptoirs ouverts, les étiquettes de prix faciles à lire, les instructions imprimées concernant les marchandises et autres services similaires susceptibles de faciliter les achats aux clients.

Les commis de ventes doivent montrer les marchandises de la manière la plus rapide et être préparés à dire en peu de mots et en phrases claires ce que le client désire avoir. Par dessus tout, ce qu'il leur faut, ce sont des mains adroites, des regards vifs, un esprit primesautier, une patience à toute épreuve et de la bonne volonté pour chaque client.

Les marchandises doivent toujours être d'un accès facile. L'utilisation des fixtures d'étalage par le ven-

deur doit être faite de telle manière que les marchandises puissent être entre les mains de l'acheteur probable dans le plus bref délai possible. Le toucher du stock est le plus important facteur pour créer un désir de possession chez le client. Lorsqu'un vendeur est obligé d'ouvrir et de replacer des boîtes, il voit, pendant cette perte de temps, le désir diminuer chez son client, proportionnellement à la longueur de cette opération.

En faisant un étalage de marchandises à l'intérieur du magasin on doit prendre soin de placer les marchandises de qualité sous les yeux du public acheteur. Alors que beaucoup de gens entrent dans un magasin avec l'intention d'acheter une sorte inférieure de marchandise, on peut dire que lorsqu'ils voient que le magasin a pour ligne de conduite de faire étalage de matériaux coûteux, s'ils ont des fonds suffisants, ils se rappellent l'endroit où ils ont vu ces articles et ils s'y rendent pour faire leurs achats.

Une grande attention doit être apportée dans l'arrangement de la vitrine du magasin, de façon à la rendre attrayante. Les marchandises doivent être placées dans des endroits où on peut les voir. En principe, l'étalage des marchandises devrait tomber largement dans le champ de la ligne ordinaire de vision. Il est nécessaire de faire des expériences pour déterminer cette ligne, mais on peut dire avec certitude que la plupart des gens en passant devant un magasin ne remarquent les marchandises que lorsqu'elles sont placées à plus de deux pieds et à moins de sept pieds au-dessus du plancher. Cela signifie que l'étalage doit être fait dans cette ligne de vision, c'est-à-dire, cinq pieds de haut. Les étalages en-dessus ou en-dessous de ces limites passent inaperçus ou déroutent le client. En règle générale, tout ce qui est fait en-dessus ou en-dessous de ces limites doit l'être pour des fins purement décoratives, ou servir de fondation pour les marchandises régulières qui sont mises en étalage dans la ligne de vision.

Dans cet espace de vision, il y a mille possibilités de mettre une note d'art dans la confection des étalages. Par exemple:

On peut s'appliquer à harmoniser les couleurs des marchandises et des décorations.

On peut disposer suivant leurs formes, les marchandises en groupes harmonieux.

On peut obtenir un effet qui plaira non seulement à l'œil du client, mais qui sera attrayant pour son portefeuille.

Celui qui arrange la devanture d'un magasin a toutes les possibilités d'exercer un talent similaire à celui d'un peintre ou d'un sculpteur, mais ses combinaisons doivent différer du groupe peint ou sculpté, en ce sens que les détails plutôt que l'ensemble doivent ressortir clairement de manière à capter l'attention du client.



Tanglefoot

le destructeur de mouches nonvénéneux

Sans danger, Hygiénique, Sûr

**Attrape 50,000,000,000 de mouches
chaque année**