

LA VIE DU COMMERCE

La coopération entre l'«employeur» et le «vendeur».

Il y a un vieux dicton qui se lit comme suit: "La concurrence est la vie du commerce"; mais il a été remplacé à un très haut degré par une nouvelle pensée qui est plus vaste, plus large, moins bornée et beaucoup plus au point dans le commerce moderne et qui peut se traduire ainsi: "La coopération est la vie du commerce".

L'effort coopératif organisé est sans discussion possible à l'ordre du jour et sans lui on ne peut accomplir que peu de chose.

Si nous nous arrêtons à y penser, c'est le même esprit de coopération qui fait les affaires. Supposons que nous reversons une minute sur nos propres affaires individuelles et considérons exactement ce que la coopération peut vouloir dire vis-à-vis d'elles. Le vendeur individuel, l'homme qui est actuellement sur la ligne de feu, est dans le sens le plus vrai du mot, un coopérateur d'affaires, sa vie de tous les jours est faite d'un constant effort à induire les acheteurs à coopérer avec lui et à lui permettre de coopérer avec eux. Nous ne considérons pas la question d'obtenir des affaires d'un acheteur comme une faveur tout à fait superficielle, comme beaucoup de gens que nous connaissons l'envisagent. La question de s'assurer le commerce d'un acheteur pour des produits de qualité réputée est au même titre l'intérêt de l'acheteur que celui du vendeur et de sa maison.

Nous croyons qu'il en est ainsi parce que l'acheteur a besoin des dites marchandises de façon à pouvoir tenir son propre commerce et de son côté revendre ces produits à ses clients en en obtenant un bénéfice. Nous pensons donc que n'importe qui en tenant une proposition de vente de quelque nature qu'elle soit se rendra compte qu'il peut en partant de ce principe doubler son efficacité. Il s'ensuit que pour s'assurer une forte attitude pour la vente, il faut avoir une grande confiance en soi-même, dans la maison et le produit que l'on vend et nous ne voyons pas comment il serait possible que quelqu'un obtienne quelque succès prolongé et persistant dans la vente sans cette absolue confiance. Il n'y a pas que le désir de l'obtenir qui puisse vous donner cette confiance en vous. La question de confiance personnelle en ses propres capacités est dépendante, croyons-nous, à un très fort degré du tempérament. Naturellement, cette confiance personnelle peut être augmentée et affermie par beaucoup de moyens, notamment par le succès et par la satisfaction des clients pour le produit que nous vendons.

Si un jeune homme se lance dans le tournoi de la vente et obtient du succès en faisant beaucoup de ventes dès le début, il est sûr de gagner une somme immense de confiance personnelle chaque jour. Ajoutez à cela l'expérience de fait à voir les mêmes clients une seconde, une troisième, une quatrième fois et à constater leur satisfaction des articles qu'il leur a vendus et vous pourrez être sûr qu'un tel homme a une brillante carrière devant lui, pourvu qu'il s'observe lui-même.

Prenez le cas contraire, nous pouvons dire que le jeune homme qui persiste avec une énergique volonté et une contenance optimiste est fait de l'étoffe où se taillent les hommes à succès.

Malheureusement, au point de vue des employeurs, il n'y a pas aujourd'hui assez d'hommes capables et développés dans le sens que nous indiquons plus haut. Nous croyons que les patrons devraient penser plus sérieusement qu'ils ne le font à la question de développement et de conservation des vendeurs, et nous voulons parler ici aussi bien des vendeurs au magasin que de ceux sur la route, autrement dit, commis-voyageurs.

Nous lisons constamment dans la presse quotidienne qu'il est fait de gros frais et qu'il est dépensé de grosses sommes de travail pour assurer la conservation de mille choses et souvent dans nos propres maisons nous négligeons de prendre soin de ce qui en est le point vital: le vendeur.

Il y a beaucoup d'exemples où il est possible de voir qu'un jeune homme ayant en lui toutes les facultés requises pour réussir comme vendeur, n'y parvient que médiocrement, et dès lors se décourage graduellement et perd totalement confiance en lui.

Il arrive souvent que l'employeur responsable du travail de son employé, mais n'ayant aucune idée des responsabilités de sa situation, accumule dès le début les reproches et même le renvoi, parce qu'il n'a pas produit de résultats immédiats. Considéré comme cela, le voyageur ou le vendeur n'est qu'un simple commis de position très ordinaire, qui cependant aurait pu prétendre à devenir un véritable producteur de succès, s'il avait été traité avec égards et dirigé convenablement. Si, dans de tels cas, le patron se rendait compte de ses propres responsabilités et réalisait la nécessité de développer et de conserver ceux de ces employés qui peuvent être des sources productives pour lui, il agirait de façon à ce que le jeune homme qui semble avoir les dispositions requises soit orienté de la bonne manière et fortifié contre les difficultés qu'il peut rencontrer et une fois sur la bonne voie, il resterait en relations constantes avec lui, l'encourageant, lui donnant des conseils, lui soumettant des suggestions, étant pour lui un stimulant quotidien.

S'il est besoin, l'employeur doit savoir sacrifier un peu de temps à ses vendeurs pour envisager les questions commerciales, développer leur personnalité en leur donnant l'occasion de se produire dans des discussions ardues et en faisant ainsi il assurera leur avenir et préparera pour son commerce de puissants producteurs d'affaires.

Cette sorte de travail en collaboration avec le vendeur fournit le complément d'éducation qui établira définitivement la confiance du vendeur en lui-même et en même temps dans les marchandises qu'il vend et la maison qu'il représente. Cela fait plus encore. Cela met en relations étroites les employés et leur patron et s'il y a entente parfaite entre les deux parties, cela crée une atmosphère d'intérêt mutuel ajoutant à la qualité du travail journalier et intensifiant l'effort du vendeur à son plus haut degré d'énergie et de loyauté.

Nos sympathies vont sincèrement au vendeur, à ses épreuves et à ses difficultés; son chemin est loin d'être jonché de roses; il est confronté avec des difficultés constantes qu'il est impossible de prévoir le plus souvent. Il doit avoir le jugement rapide, le discernement immédiat et faire sa décision lui-même, selon les circonstances, la personnalité et les particularités de l'homme avec lequel il est en affaires.

Il est regrettable que beaucoup d'employeurs ne paraissent pas se rendre compte qu'après tout le vendeur est comme eux-mêmes, un être humain et susceptible d'éprouver le contre-coup de certains événements d'ordre privé tout comme n'importe quel individu. Il est vrai que le vendeur est une partie de la grande machinerie des affaires, mais il ne doit pas être considéré comme une pièce de mécanique que l'on fait partir et qu'on arrête à volonté d'une manière absolument impersonnelle sans considération du moindre sentiment.

Les obligations des chefs de maisons sont nombreuses et d'ordres multiples. Ils devraient étudier les particularités, la personnalité, et le tempérament de chaque vendeur absolument comme celui-ci est obligé d'étudier les mêmes conditions chez son client.