

## Une Conférence aux Vendeurs

**R**ECEMMENT, M. Buisch, de la National Cash Register Co., donnait une conférence au personnel de vendeurs, chez Dupuis Frères, à Montréal.

S'il faut en croire le rédacteur du "house-organ" de la maison Dupuis, cette conférence a été remarquable par son côté pratique. "M. Buisch est un homme supérieur", a déclaré M. Dugal, le gérant-général de la maison".

M. Bernard, rédacteur du "DUPREX", résume comme suit la causerie de M. Buisch :—

Voici la première pensée émise par M. Buisch : "Les trois-quarts des erreurs que l'on commet sont dues au fait que l'on ne connaît pas réellement les choses que l'on pense connaître". Voilà une phrase digne d'être mise dans notre calepin.

Parlant ensuite de la chaîne de distribution de la marchandise qui se compose des chaînons suivants : manufacturier — magasin de gros — magasin de détail — vendeur, M. Buisch fait remarquer que le chaînon le plus important est le dernier mentionné : le vendeur ou la vendeuse. En effet c'est le vendeur qui accueille le client, lui vend la marchandise, reçoit l'argent et interprète la personnalité du patron.

### POURQUOI UN MAGASIN PERD SES CLIENTS

Se basant sur des statistiques sérieuses M. Buisch fit ensuite le tableau des causes qui éloignent les clients d'un magasin, et voici les proportions de chacune d'elles :—

Mauvaise méthode du vendeur.....	33%
Indifférence, fausse représentation et ignorance du vendeur concernant sa marchandise.....	30%
Erreurs.....	10%
Mauvaises méthodes du magasin.....	17%
Mauvaise qualité.....	10%

Voilà un tableau qui se passe de commentaires.

### POUR AUGMENTER LES VENTES

M. Buisch conseille ensuite d'enseigner aux vendeurs et vendeuses :—

- 1.—A vendre une meilleure qualité.
- 2.—Vendre une plus grande quantité.
- 3.—Offrir des articles qui vont ensemble.
- 4.—Offrir la nouvelle marchandise.
- 5.—Attirer l'attention sur les offres spéciales.
- 6.—Pousser de l'avant les fantaisies.

M. Buisch développa tous ces points, en appuyant surtout sur le numéro 3 : "Offrir des articles qui vont ensemble".

Il donna comme exemple un monsieur qui vient acheter des faux-cols. Avec les faux-cols on doit offrir des cravates, des chemises, etc.

### LES DIX QUALITES DU BON VENDEUR

- 1.—Connaissance de la marchandise.
- 2.—La faculté de juger le client.
- 3.—La COURTOISIE.
- 4.—Le tact — le gros bon sens.
- 5.—L'honnêteté.
- 6.—La loyauté.
- 7.—La confiance.
- 8.—L'enthousiasme.
- 9.—Vendre la marchandise appropriée au client.
- 10.—TRAVAILLER FERME.

M. Buisch souligna surtout la "courtoisie" et donna les raisons pourquoi le vendeur doit être courtois. "Considérez", dit-il, "le client comme votre invité et traitez-le en conséquence". Lorsque quelqu'un vous rend visite chez vous, vous l'accueillez avec votre plus beau sourire, vous vous efforcez de lui être agréable. Vous avez toutes les délicatesses à son égard. Et lorsqu'il part, vous l'invitez à revenir, et charmé par votre accueil votre visiteur reviendra vous voir avec plaisir. Le client est votre meilleur visiteur. C'est lui qui vous paie votre salaire. C'est grâce à lui que vous avez un foyer confortable, une nourriture saine et des habits convenables. Il mérite donc toute votre attention.

### IL EST PLUS FACILE DE SOURIRE

que de froncer les sourcils, car dit M. Buisch : "il faut mettre en mouvement dix-sept muscles du visage pour froncer les sourcils, et il n'en faut que quatorze pour sourire".

Puis il termina ses remarques par ces mots : "Le succès n'est pas le résultat du désir, mais le produit d'un travail ardu".

### LES EDITEURS DE PERIODIQUES DEMANDENT L'ABOLITION DE LA TAXE DE VENTE

Par l'intermédiaire de la Canadian Newspaper's and Periodical Association, les éditeurs de périodiques demandent l'abolition de la taxe de vente sur le papier, les clichés et autres matériaux qui entrent dans la production des magazines.

Cette mesure contribuerait à placer les périodiques canadiens dans une meilleure position pour leur permettre de lutter contre l'envahissement de notre marché par les publications américaines.

Si cette demande n'est pas bien accueillie dans tous les milieux intéressés, c'est que les éditeurs de périodiques ne se sont pas contentés de réclamer l'abolition de la taxe de vente, mais que, associant leur cause à celle de la Consumers' League of Canada, représentée par M. R.-J. Deachman, il réclament également une remise de droits d'entrée.

La Canadian Pulp and Paper Association, la Canadian Paper Trade Association, la Canadian Business Publishers' Association, la Photo Engravers' Association, et plusieurs autres associations qui intéressent les industries qui pourraient être affectées, ont protesté.