

Le secret du copywriter ou la Cure de Ginseng

I.

Le garçon de bureau entra dans la pièce. Seth T. Grover, chef du grand magasin qui portait son nom était occupé. Le garçon attendit discrètement.

“Qu’est-ce qu’il y a ?” demanda à ce moment le propriétaire.

Le garçon, un jeune homme nerveux, avait une manière étrange de relier les mots.

“Un-monsieur-veut-vous-voir-monsieur”, dit-il en tendant une carte de visite sur le bureau de son patron.

Le chef de la maison prit la carte de visite entre son pouce et son index et le garda à distance

JOHN HANCOCK BARKER

COPYWRITER

“Je ne le connais pas”, ajouta-t-il d’une voix supérieure
“Qu’est-ce qu’il veut ?”

“Chais-pas-monsieur, mais-il-dit-que-c’est-très-im-
portant.”

“Copywriter ?” grogna l’éminent homme d’affaires. Il jeta un coup d’œil aux notes de son agenda, puis regarda sa montre.

“Fais-le entrer”, ordonna-t-il

Il braqua à nouveau son regard sur la carte de visite et renifla dédaigneusement. Lorsqu'il tournait l'objet de sa contemplation sur tous les côtés, un étranger entra brusquement.

C'était un homme de taille moyenne et mince, au visage long et sensible, aux yeux gris pâles et aux cheveux châtons délavés. Il portait un costume gris clair avec une écharpe bleue. On apercevait ses chaussettes bleues qui sortaient de ses mocassins marrons. Il avait un dossier à la main. Il devait avoir dans les 30 ans mais il semblait plus âgé.

“Je vous remercie pour cette audience, Monsieur Grover, vous avez ma carte de visite, je suis John Hancock Barker.”

Il prit la main du magnat, qui ne protesta point et la serra chaleureusement. Monsieur Grover reçut cet assaut d'un air réprobateur. Aussitôt qu'il put libérer sa main, il retira sa grosse montre d'or de la poche protectrice de son gilet blanc.

“Je suis —” commença-t-il lourdement, “comme d'habitude...”

“un homme très occupé” interrompit le visiteur, puis il ajouta en riant : “Je vous comprends. Le fait que votre remarque soit conventionnelle ne diminue pas sa valeur. Aucun être humain n'apprécie le prix du temps mieux que moi.”

Slogan : Concentre et Économise

Il posa son dossier sur le bureau sacré de Grover et tira une chaise.

Monsieur Grover regardait ces gestes calmes avec une indignation manifeste.

“Je vous prie de me dire ce qui vous amène, monsieur”, dit-il irrité.

L'étranger se frotta doucement les mains. Puis, d'un mouvement curieux, il retourna le revers gauche de son manteau et enfonça son pouce dans l'emmanchure de sa veste.

“Mon slogan, monsieur”, dit-il brusquement, “c'est concentrer et économiser. Vous avez ma carte de visite. Vous savez mon nom. Peut-être que vous croyez même savoir ce que je fais. Mais est-ce que vous le savez vraiment ?”

“Non, je ne le sais pas”, répondit le propriétaire aiguillonné, “et je commence à croire que je ne le saurai jamais.”

“Là vous vous trompez, monsieur”, répliqua le visiteur désinvolte. “Ma carte de visite vous dit que je suis un copywriter. Théoriquement c'est correct. En pratique, je suis beaucoup plus que cela.”

Rôles d'un copywriter

L'expérimenté homme d'affaire poussa un long soupir.

“Et ça coûte combien ce 'beaucoup plus que cela' ?” demanda-t-il.

Le visiteur ignore le sarcasme.

“Je suis un copywriter – c'est vrai. Mais je suis aussi un expert en commerce, une autorité en marketing, un spécialiste dans l'art de la publicité. Je construis, j'agrandis, j'élargis.”

“J'avais l'impression que vous étiez un concentrateur ?” dit le magnat.

“Et vous n'avez pas mal compris ma déclaration. Avec moi, les efforts concentrés apportent les meilleurs résultats. Je cherche des faiblesses insoupçonnées et je les transforme

en muscles de puissance. Vous avez une maison conservatrice, monsieur. Vous n'aimez pas du tout les méthodes modernes de marketing. Vous préférez le sentier battu – si étroit soit-il de la sécurité commerciale à la large autoroute de la publicité éclatante.”

“Je suis satisfait comme ça”, interrompit le propriétaire.

“Voilà, voilà”, s’écria le visiteur, “vous êtes satisfait. Voilà la racine du problème.”

“Quel problème ?” grogna le vétéran.

“Conservatisme”, répliqua le visiteur d’une voix enjôleuse. “C’est la maladie qui vous fait adhérer aux méthodes anciennes tandis que vos concurrents plus modernes recueillent les fruits de leurs efforts de se mettre à jour. Ce dont votre maison a besoin s’appelle la cure de ginseng.”

La cure de ginseng

“La cure de ginseng ?”

“Oui. Vigueur, Énergie et Santé ! Dites, qui vous écrit votre publicité ?”

L’homme d’affaire hésita.

“Le chef de notre département textile ! Monsieur Livingstone – avec mon aide.”

Le visiteur hocha sa tête.

“Je m’en doutais”, dit-il souriant. “Et vous n’avez jamais pensé à embaucher quelqu’un qui pourrait écrire de la pub véritable ?”

“La maison de Seth T. Grover n’a pas besoin de prospérité artificielle”, s’écria le propriétaire indigné. “C’est mon père qui l’a fondée, monsieur, et je ne fais qu’adhérer aux principes honorables et conservateurs qu’il a tracés.”

“C’est admirable”, dit le visiteur, “mais ça n’a rien à faire avec les plus récentes règles du jeu. Supposons qu’une personne vienne vous voir et vous dise 'Monsieur, laissez-moi m’occuper de votre publicité. Testez mes méthodes, vérifiez mes théories, et supposons que cette même personne vous dit : je m’engage à accroître de 50 % votre affaire dans le département que vous voulez comme preuve de ma compétence et de mon intégrité et je m’engage en plus à accroître les ventes brutes de votre maison de 25 % en 3 mois. Qu’est-ce que vous avez à dire à tout cela, Monsieur ?”

“Des balivernes !”

“Mais ce n’est pas une réponse juste.”

Le vétérinaire le dévisagea.

“Et où se trouve cette personne ?”

“Ici même.”

John Hancock Barker sourit et retourna à nouveau le revers de son manteau.

Il y eut un court silence. Le vieux commerçant défronça ses lourds sourcils.

“Vous m’intéressez, bien que ma raison me dise de me méfier de vos idées”, dit-il à présent. “Seulement laissez tomber les préambules et en venons aux faits, parlons affaire. Quel est votre astuce ?”

Un copywriter est là pour accroître la vente

Le visiteur s’inclina en avant.

“Je proteste contre l’emploi que vous donnez au mot astuce” dit-il. “Je suis engagé dans une vocation légitime. Le copywriter, monsieur, est reconnu comme un facteur essentiel dans le monde des affaires et son importance n’est dépassée que par celle du patron. Je m’engage à accroître

vos affaires dans tous les départements. Afin de vous montrer la confiance que j'ai dans mes propres méthodes, je vais accepter en guise d'émolument 3 % du montant de vos ventes supplémentaires pendant une période de test."

Seth T. Grover approuva gravement. "Vous avez des références, je suppose ?"

"Vous supposez mal", répondit promptement le visiteur, "et un raisonnement rapide vous montrera pourquoi. Pensez-y un peu. Vous aimeriez me voir partir de chez vous et aller chez Scott & McTavish, par exemple, avec une référence signée par vous, par laquelle vous reconnaissez que j'ai augmenté vos ventes de 60 % ?"

"Non", admit le vieil homme, "vous ne recevrez pas une telle référence de ma part."

Le visiteur ria doucement. "C'est exactement ce qu'ils m'ont dit chez ... mais là c'est une question confidentielle. Car un copywriter est tenu par le secret professionnel. On ne cherche pas de recommandations. On cherche des résultats."

Il y avait quelque chose dans les manières du visiteur, dans son enthousiasme et son optimisme qui réchauffa le cœur du vieux commerçant.

"Vous parlez bien, mon jeune ami", dit-il.

"J'ai dû quand même parler plus que d'habitude", remarqua le visiteur d'un sourire rapide. "Et vous devez admettre que ce n'est pas entièrement de ma faute."

Le type de pub à éviter

"Bon", dit le vétéran lentement, "il y a au moins une chose que vous avez omis de m'expliquer. Pourquoi êtes-vous venu chez moi ?"

La réponse de l'étranger fut prompte.

"Parce que je savais que vous aviez besoin de moi."

“Comment cela ?” demanda le commerçant.

Le visiteur sortit un journal replié de sa poche latérale.

“Je vais vous répondre, Monsieur, par une illustration.”

Il défroissa le papier, sortit un crayon bleu de sa poche et dessina un lourd anneau sur la page devant lui.

“Voilà votre annonce sur les barboteuses de ce matin. Regardez-la :

Pyjamas Grenouillères.

“Nous avons le plaisir d’annoncer que nous sommes parvenus à acquérir un grand stock de Pyjamas Grenouillères d’enfants d’un fameux fabricant de l’Est.

Les babygros de ce type se vendent normalement à 40 euros. Grâce au prix spécial que nous avons obtenus, nous sommes heureux d’avoir l’occasion de les offrir à 15 euros prix unitaire ou à 39 euros pour 3 paires.

La grande commande comprend des guingans bleus, des chambrays rose clair et tanné, quelques-uns avec des rayures et des carreaux, d’autres en matériaux plus clairs ou plus foncés. Les tailles sont d’1 à 8 ans.

Tous les Pyjamas Grenouillères ont des ceintures et une poche et sont d’une qualité exceptionnelle.

Vu le prix auquel nous les offrons, la vente durera seulement une semaine. Nous croyons que nos clients fidèles seront enchantés de profiter de cette occasion.

Au 3^e étage.

LA COMPAGNIE SETH. T. GROVER

Le propriétaire regarda intensément l’annonce publicitaire.

“Qu’est-ce qu’il y a qui ne va pas?” demanda-t-il à présent.

Le visiteur recula avec un sourire indulgent.

“Parce que si on lit cette pub on s’imagine que les Pyjamas Grenouillères sont aussi sérieux que les vêtements cléricaux. Vous n’auriez pas pu vous adresser à vos clients avec plus de gravité si vous vendiez des pierres de granite. Mais voyons, qu’est-ce que c’est qu’un Pyjama Grenouillère ? C’est un vêtement porté par un enfant en bas âge, un moment allègre et batifoleur.

“Cela suggère des heures ensoleillées, des pieds qui dansent et des poses mignonnes. C’est acheté par une mère amoureuse de son petit ange. La pub devrait attirer le regard de la mère. Cela doit éveiller son intérêt d’abord. Ensuite son désir. Ça doit vous faire vendre 3 Pyjamas Grenouillères même si elle n’est venue acheter qu’un seul. Et vous pensez que cette annonce peut le faire ?”

Il frappa la page de son poing serré.

Le vieux commerçant toussa défensivement.

“Cette publicité, monsieur, est une déclaration exacte de faits réels.”

Le visiteur ébaucha un sourire.

“Exactement, mais les faits, tout comme les enfants doivent être habillés pour être attractifs. Si vous voulez vendre des Pyjamas Grenouillères, mettez des grenouilles dans vos annonces.”

La pub qui vend

Il mit de côté l’ennuyante annonce et, installé confortablement, il attendit l’effet de son axiome.

Le vétéran hocha sa tête.

“Peut-être que vous pourriez me montrer ce que vous voulez dire ?”

“Bien sûr.” Barker sortit une feuille de papier du bureau du propriétaire et écrivit rapidement l’annonce suivante au stylo à bille :

Pyjamas Grenouillères à Prix Jamais vus

Laissez les enfants gigoter à leur aise !

Rendez vos petits heureux !

Ne les surveillez pas tout le temps !

Laissez-les libres dans leurs vêtements !

Habillez-les en Pyjamas Grenouillères dès le matin.
Laissez-les se traîner dans la boue, jouer au chat perché,
jouer avec le chat, être des enfants heureux – comme nous
l’avons été.

Peu importe qu’ils aient 1 an ou 5 ans, nous vous
offrons les meilleurs et les plus beaux Pyjamas
Grenouillères que vous ayez jamais vus – à des prix
raisonnables : 15 euros pièce ; 3 pour 39 euros. Et il y a
aussi nos modèles habituels à 40 euros. Pensez-y !

Bleus, roses, aussi bien grands que petits.

Des points, des rayures, unicolores, on les a tous !

Laissez les petits barboter.

Se rouler par terre, jouer à la balle...

Vos enfants seront coquets !

Pyjamas Grenouillères pour tout le monde.

LA COMPAGNIE SETH T. GROVER

Département pour les enfants

3^e étage

Seth T. Grover regarda tout cela d’un visage vivement
intéressé. Il prit la feuille que le visiteur lui tendit et lut
attentivement la page.

“Pas mal”, ajouta-t-il.

Le visiteur le regardait plein d’espoir. “C’est à vous de décider”, dit-il.

L’expérimenté commerçant comprit très bien l’expression.

“Je vous donnerai une chance”, dit-il. “Les termes seront ceux que vous suggérez et la durée de l’épreuve sera gouvernée par les circonstances. Encore une chose. Cet accord est strictement confidentiel.”

L’étranger fit signe qu’oui. Puis, il se leva et tendit sa main au vieux commerçant.

“Au nom de notre réussite réciproque”, dit-il en serrant chaleureusement la main du vétéran. “Et maintenant, avec votre permission, je vais inspecter votre établissement.” Il prit son dossier. “Un peu plus tard je vous présenterai mon rapport.”

Barker, arrêté par la détective

Il quitta la pièce brusquement et quand la porte fut fermée, le vieil homme prit l’échantillon d’annonce. Il le lut attentivement tandis qu’un sourire lent se dessinait sur son visage ridé. Puis il reprit la tâche que le visiteur avait interrompue.

Un quart d’heure plus tard, on frappa à la porte.

“Entrez”, dit Seth T. Grover.

La porte s’ouvrit et Mary Burns, la détective du magasin entra avec John Hancock Barker.

“Qu’est-ce que ça signifie ?” demanda le vieux commerçant.

“J’ai eu beau essayer d’être discret”, répondit le nouveau employé, “la dame m’a pris sur le fait.”

Le visage de la détective rougit soudain lorsqu'elle se retourna vers son patron.

“Cet homme a attiré mon attention au département de bonneterie”, expliqua-t-elle. “Il a déplacé les sous-vêtements d’une façon bizarre et a distrait les vendeuses de leurs tâches régulières. Je l’ai suivi au département des chaussures où il a agi de la même manière inhabituelle. Puis, j’ai considéré que j’avais le droit de l’amener dans votre bureau.”

Le propriétaire approuva de sa tête. Il passait son regard de la détective du magasin à son prisonnier amusé et ses yeux gris pétillèrent quand ils rencontrèrent le visage de John Hancock Barker.

“Vous faites du zèle, Mademoiselle Burns, mais, d’après ce que vous me dites, vous n’avez aucune preuve réelle d’un délit. Seulement des soupçons.”

“Non, monsieur”, répondit la détective, “mais son comportement m'a fait penser à celui, outré, d'un acteur.”

“Si vous permettez”, dit le nouveau employé, “vous n’y êtes pas tout à fait, non pas acteur, mais rédacteur !”

Des changements commencent

II.

Le lendemain à 10 heures, Seth T. Grover arriva à son magasin, 2 heures et demi plus tard que d’habitude. Ce retard se devait à quelques réparations de sa voiture et cela irritait le vieil homme d’affaires, dont la ponctualité était l’un de traits les plus prononcés.

Quand la limousine Grover fit son apparition, le concierge, une respectable personne de couleur le salua de son chapeau et lui ouvrit la porte. Le vieux commerçant demeura bouche bée. Un passant ordinaire n’aurait pas compris pourquoi, mais le passant ordinaire n’avait pas vu

le même concierge habillé depuis 16 ans dans la même livrée vert foncé, le même chapeau et les mêmes gants.

L'effet d'un uniforme de flanelle blanche aux boutons en laiton et d'une jovialité qui s'harmonisait de manière naturelle avec le costume encore plus naturel attira l'attention du propriétaire.

L'employé se sentait examiné et son sourire certifia qu'il était tout à fait d'accord avec ce changement de look.

“Bonjour, Messie Grovah”, dit-il faisant une révérence.

“Bonjour, George”, dit brusquement le vieux commerçant et il entra dans le magasin, sans résoudre pour le moment la question de la nouvelle livrée.

Il descendit de sa façon délibérément militaire jusqu'au centre du couloir et s'arrêta devant le tableau d'affichage du magasin avant de prendre l'ascenseur.

Une annonce attira son attention, car elle était imprimée en couleurs et tellement criarde par rapport aux autres. On disait :

AVIS AUX EMPLOYES

L'orchestre de la compagnie Seth T. Grover s'organise ce soir.

Venez faire partie du meilleur orchestre des maisons commerciales de la ville.

Monsieur Grover vous fournira les uniformes.

Tous ceux qui jouent d'un instrument musical sont priés de se présenter ce soir dans la Salle de Réunion.

FREDERICK BISSELL

ALFRED McCOLL

AUGUST MUEHLHAUSER

Le marchand grommela, évidemment il n'était pas d'accord. Mais Seth T. Grover contenait toujours sa rage devant ses employés.

Il faut changer beaucoup de choses pour augmenter le chiffre d'affaires

Quand il sortit de l'ascenseur, il entendit un bruit de marteau qui venait de son bureau et, un moment plus tard, quand il passa le seuil de la porte, il vit 2 hommes qui visaient des boutons poussoirs sur un tableau sur le mur à côté de son bureau tandis qu'un troisième rassemblait des rouleaux de fer et des outils sur le plancher. Au centre de la pièce se trouvait le chef du chantier – John Hancock Barker, copywriter.

“C'est bien”, disait-il. “Rassemblez vos outils et vos matériaux et filez vite avant que le patron n'arrive.”

Il se tourna car il avait entendu un bruit de pas sur le seuil et vit son patron. Il observa que celui-ci regardait tout cela en faisant la moue.

“Bonjour, monsieur Grover”, dit le nouveau employé gaiement. “Quelle chance que vous soyez venu en retard !”

“Je ne suis pas si sûr de ça”, grommela le marchand. Le trio des travailleurs se dépêcha.

“Je veux parler avec vous, monsieur...”

“Barker, monsieur, John Hancock Barker.”

“Mais d'abord, allez au 2^e étage et dites à monsieur Norris, le comptable, que je veux le voir”, continua le marchand.

Il fit un pas pour permettre au nouveau employé de passer par la porte mais celui-ci retourna au mur près du bureau Grover.

“Le numéro 2 est pour monsieur Norris, monsieur”, dit-il en appuyant le bouton. “Je vous donnerai les noms tapés et collés sur les signaux jusqu’à midi, monsieur, et ainsi vous saurez les numéros des divers chefs de département.”

“Qui vous a dit de mettre ce mécanisme ici, monsieur ?” demanda le patron indigné.

“Vous-même. C’est-à-dire, vous m’avez autorisé à faire des changements pour augmenter votre chiffre d’affaire. Ah, voilà monsieur Norris déjà. Vous voyez, nous avons épargné le temps que j’aurais perdu dans l’ascenseur et nous avons Norris devant nous dans la moitié du temps nécessaire pour aller le voir et le faire venir.”

Le patron veut tout contrôler

Norris, un petit homme très chauve, entra dans le bureau et s’inclina respectueusement devant son patron, qui l’interpella abruptement :

“Norris.”

“Oui, monsieur.”

“Quelques questions.”

“Très bien, monsieur.”

“Norris, je veux chaque matin votre rapport sur le montant des ventes du jour précédent. Vous commencez aujourd’hui. C’est tout.”

“Oui, monsieur.”

Le petit comptable s’inclina à nouveau respectueusement et sortit de la pièce.

Le commerçant braqua du regard son nouveau employé.

“Barker, vous devez me consulter sur toute modification radicale avant de la mettre en oeuvre. Vous ne devez pas dépasser vos droits. J’ai remarqué plusieurs changements ce matin que je n’ai pas sanctionné et que je ne crois pas pouvoir approuver.”

Il tourna dans sa chaise brusquement et ce geste était censé convaincre le nouveau employé qu’à présent le silence était la meilleure politique.

On ne perd pas notre calme sans perdre quelque chose de plus

Le courrier de matin était empilé sur le bureau massif et une feuille proprement imprimée se trouvait en haut des lettres.

Le vieux commerçant la prit et lut ce qui suit :

LA COMPAGNIE SETH T. GROVER N° 1

DÉTENDEZ-VOUS.

Énervez-vous... Et :

Si vous êtes gras, vous perdrez votre souffle.

Si vous êtes un athlète, vous perdrez votre jeu.

Si vous êtes orateur, vous perdrez votre audience.

Indifféremment de ce que vous êtes, vous perdrez quelque chose. Le calme est une merveille – détendez-vous.

Détendez-vous.

Une fois, un client semblait si déraisonnable que le vendeur a perdu son calme,

Puis il a perdu son client et quand le propriétaire a appris l’affaire,

Il a perdu sa place et, en pensant comme il avait été insensé,

Il a perdu le respect de soi.

Puis il a réfléchi et s'est rendu compte que l'on ne perd pas notre calme sans perdre quelque chose de plus.

Mais si vous êtes irrité, comment vous détendre ?

Recette : Compréhension et force de volonté.

“C’est votre œuvre ?” demanda-t-il d’une voix supérieure après avoir fini sa lecture.

“Oui, monsieur”, répondit le nouvel employé. “Une petite chose à distribuer aux vendeurs. Vous voyez.”

Donner une meilleure première impression aux clients

“Je ne vois pas comment ça peut vous aider à vendre”, dit le vieil homme d'affaires. “Je ne vous embauche pas pour amuser mes employés. Je vous ai accepté pour accroître les ventes dans ce magasin. Et qu’est-ce que vous faites ? C’est vous qui avez habillé le concierge d’une livrée blanche ?”

“Je l’admets” vint la prompte réponse. “Excusez-moi si je vous dis qu’il avait l’air extrêmement glauque dans ce costume vert usé et vous êtes d’accord qu’il est plus élégant, je dirais même plus attractif qu’avant.”

“Mais ça n’a rien à faire avec la croissance des ventes”, protesta le vieux commerçant.

“Pas directement, monsieur, mais si, indirectement”, vint la rapide réplique. “Généralement les hommes n’observent pas ces choses mais quand un coupé électrique s’arrête devant le magasin et qu’une dame vêtue en blanc

immaculé en sort, mieux elle est reçue et meilleure est sa première impression, plus il y a de chances de la voir devenir votre client permanent. Faites-moi confiance, monsieur, notre nouvelle livrée fait une enchère indirecte pour de nouvelles affaires.”

L’expression du marchand disait qu’il n’était qu’à moitié convaincu.

Stimuler un bon état d'esprit entre les employés

“Je suppose que vous êtes aussi le responsable de cette affaire de l’orchestre ?”

“Oui, monsieur”, répondit le nouvel employé fièrement. “L’intention c’est d’abord de stimuler un bon état d’esprit entre les employés. Ensuite ce sera une très bonne publicité pour le magasin. J’ai délégué 3 des plus populaires jeunes hommes de l’établissement pour l’organisation. On fera la première séance ce soir, dans la salle de réunion.”

“Mais nous n’avons pas de salle de réunion”, interrompit son patron.

“J’allais vous en parler plus tard”, dit le jeune homme. “Jusqu’à la semaine prochaine nous devons transformer l’entrepôt du 5^e étage et l’aménager. Si nous rassemblons les jeunes hommes, nous allons promouvoir la cohésion du groupe, nous allons renforcer leur loyauté envers le magasin et tout cela les aidera à s’acquitter de leurs tâches d’une manière plus volontaire et optimiste. Ce sera facile pour l’orchestre d’assurer un nombre de concerts qui compenseront leurs temps de répétition et chaque concert sera une réclame pour la compagnie Seth T. Grover. Pourquoi —”

Trouver une solution pour gagner du temps

Le vieil homme l’arrêta.

“Et qu’est-ce que vous me dites à propos de ces boutons que vous avez installés ici ? Pourquoi l’avez-vous fait sans me demander l’autorisation ?”

“Pour éviter de vous déranger, monsieur”, fut la souriante réponse. “Votre temps est trop précieux pour le perdre dans des suggestions et des demandes que je suis sûr que vous approuverez. Ce tableau de boutons est ce que j’appelle “le pouls du magasin”. Vous appuyez sur un de ces boutons et le chef du département respectif vous enverra sur le champ son rapport. Appuyez le même bouton 2 fois et le chef vous téléphonera sur sa ligne privée, au lieu de se déplacer jusqu’ici personnellement. Appuyez le bouton 3 fois – mais là, je vais tout noter pour que vous ayez tout devant vous, c’est plus commode. Et ce bouton, je vais vous expliquer plus tard. C’est le signal de la détective et si quelque voleur à la tire ou quelque filou s’échappe dorénavant, alors, j’aurai tort. Est-ce que je peux vous demander de descendre au département des automobiles quand vous finissez de lire votre correspondance ? J’aurai quelque chose à vous montrer.”

La référence à la correspondance rappela Seth T. Grover qu’il ne récupérait pas le temps perdu pendant la matinée et il renvoya son nouvel employé de la pièce en marmonnant qu’il acceptait l’invitation de celui-ci. Puis, il retourna à ses lettres.

John Hancock Barker s’arrêta au seuil de la porte.

“Pour appeler votre secrétaire, appuyez sur le premier bouton à gauche”, dit-il et sortit.

Et, suivant les instructions de son nouvel employé, le propriétaire sentit pour la première fois le pouls du magasin.

Quelques minutes plus tard, John Hancock Barker dirigeait la construction d’un grand panneau dans le département des automobiles. Tandis qu’il s’occupait de cela, Mary Burns, la détective du magasin, s’approcha de lui, en regardant son col de chemise mal mis.

“Vous n’allez pas m’arrêter à nouveau, hein ?” demanda-t-il en riant.

“Pas sans preuve réelle contre vous, non”, répondit-elle en rougissant. “Mais je crois vraiment que vous avez besoin de quelqu’un pour prendre soin de vous”, ajouta-t-elle joyeusement.

“À propos du fait que je suis célibataire ?” suggéra-t-il. Puis il vit que le rouge des joues de Mademoiselle Burns lui seyait si bien.

Mécanisme pour vendre les pneus

C’était l’après-midi lorsque monsieur Grover vint voir son copywriter dans le département des voitures.

“Vous avez quelque chose à me montrer”, dit-il.

“C’est juste, monsieur”, répondit le nouvel employé. “Veuillez vous approcher un peu. J’ai un mécanisme qui, je crois, nous aidera à vendre le gros colis de pneus qui est arrivé la semaine passée. Regardez comment les gens passent par le cadre qui soutient la roue de l’automobile. Vous voyez que chaque passant tourne la roue ? La nature humaine ne peut pas résister à la tentation de la faire tourner.

“C’est la même impulsion qui pousse tout le monde à toucher l’article étiqueté “Peinture fraîche” pour voir si la peinture est vraiment fraîche. Puis le petit titre du cadre : *Un bon tour en mérite un autre* les encourage aussi. Vous voyez, tout ça attire l’attention sur les pneus que nous voulons vendre.

“Comme vous allez remarquer, il y a aussi un indicateur du nombre de rotations à la minute. Cela encourage les gens à faire tourner la roue de plus en plus vite pour voir comment le cadran enregistre la vitesse. Par cette simple méthode, nous éveillons l’intérêt direct de beaucoup d’acheteurs potentiels.”

Le vieux commerçant manifestait ses doutes envers la mise en pratique du projet alors que l'inventeur du projet s'approcha en s'excusant, du cadre et, un crayon et un petit carnet à la main, il enregistra la valeur de l'indicateur de vitesse. Puis il fit un calcul rapide.

“À cette vitesse, la roue tournera plus de 14.000 fois par heure. Comme c'est une roue de 91,38 cm, cela signifie qu'elle tournera plus de 13 km à l'heure, ce qui fait environ 130 km par jour de travail.”

Économie de l'énergie

“J'aimerais voir des résultats pratiques”, dit le propriétaire sans être impressionné.

“Le rapport sur la croissance des ventes vous les montrera dans une semaine”, promet le rédacteur publicitaire. “Quand même je peux vous en signaler quelques-uns dès maintenant. Pourriez-vous m'accompagner jusqu'à la cave ?”

Les 2 se trouvaient à présent dans le département de quincaillerie. Le marchand observa qu'un large public regardait la démonstration d'un mécanisme pour faire la vaisselle et d'une machine à coudre. Le jeune homme fit un signe de la tête envers ces appareils ménagers qui fonctionnaient sur place.

“Vous vous rappelez peut-être que l'économie de l'énergie est l'un de mes passe-temps préférés”, dit-il.

Le vieil homme d'affaires l'arrêta et lui montra les minces courroies qui faisaient rouler les 2 machines.

“Quelle force fait fonctionner ces machines ?” demanda-t-il.

John Hancock Barker sourit.

“Les gens de l'étage supérieur qui font tourner la roue pour s'amuser”, répondit-il.

Seth T. Grover souria imperceptiblement.

L'inspection s'arrêta quand même car le garçon de bureau annonça que Monsieur Livingstone attendait dans le bureau privé avec une copie de l'annonce du lendemain.

Le propriétaire se dirigeait déjà vers l'ascenseur lorsque le copywriter plaça un papier plié entre ses mains. "Une suggestion pour une annonce", dit-il.

Méthodes conservatrices ou méthodes modernes ?

Monsieur Livingstone était un homme très tranquille, avec des manières d'une politesse raffinée et une voix qui dépassait les normes d'une octave. À présent, il était manifestement dérangé et attristé. Son patron remarqua son état et l'invita à s'expliquer :

"Alors ?"

"Voici ma copie pour demain, monsieur Grover", dit-il, en tendant une feuille grande étroitement écrite sur le bureau. "Avez-vous vu le journal ce matin, monsieur ?", demanda-t-il d'une voix tremblante.

"Oui."

"Notre annonce ?"

"J'y ai jeté un coup d'œil."

"Alors, je suis presque sûr que vous n'avez pas vu ça !" s'écria-t-il d'une voix stridente en tendant au propriétaire l'annonce des Pyjamas Grenouillères écrit par le nouveau rédacteur publicitaire. "Quelqu'un doit l'avoir fait pour s'amuser, monsieur, c'est ça, pour s'amuser, je vous assure que ce n'est pas ma copie. C'est une honte pour la maison, monsieur et pour toutes ses traditions."

Le vieux marchand fixait l'annonce du regard. Ses craintes se confirmaient. La façon enjôleuse de parler de

l'étranger le déçut. Les méthodes conservatrices étaient les meilleures. Livingstone avait raison.

“L'idée de fantaisies dans l'annonce de la compagnie Seth T. Grover et des expressions cavalières comme celles-là !” s'écria l'employé indigné en secouant le journal “même si ce n'est pas de l'argot, on n'en est pas loin. Et vous pensez, monsieur, que de telles méthodes vont développer l'affaire d'une maison qui fut érigée fermement sur une base solide il y a presque 40 ans ? Non, monsieur!”

Sa voix criarde s'éleva davantage en arrivant à la conclusion. Puis il reprit son souffle et ajouta triomphant “cela ne fera pas croître les ventes, monsieur, pas même d'un centime !”

Il y eut un moment de silence.

À ce moment mélodramatique, monsieur Stimpson le chef du département des vêtements pour enfants allait entrer dans le bureau mais, en voyant que le propriétaire était occupé, se retira.

“Entrez, Stimpson”, l'appela l'expérimenté homme d'affaire.

Le chef du département des vêtements pour enfants s'avança.

“Un moment, Livingstone”, dit le propriétaire. “Qu'est-ce qu'il y a, Stimpson ?”

“Je voulais juste rapporter, monsieur, qu'il y a eu une telle demande de ces Pyjamas Grenouillères que je les vendrai tous avant la fin de la journée.”

Ayant livré son message, Stimpson se retourna et quitta la pièce.

Un sourire se dessina sur le visage de Seth T. Grover quand il quitta des yeux Stimpson et se retourna près du gêné Livingstone. Son expression indiqua qu'il était prêt à reprendre la conversation. Pour un instant, Livingstone eut

l'air de vouloir parler. Puis il se hâta de suivre Stimpson. L'homme d'affaire se pencha en arrière dans sa chaise, claqua sa main droite contre son genou et savoura un rire qui fit battre le "pouls du magasin".

La société est dans une impasse

III.

Le lendemain Seth T. Grover quitta la ville. Avant de partir, il eut une conférence avec John Wilkinson, l'administrateur en chef, auquel il délégua les responsabilités directoriales.

Wilkinson était conservateur, fiable et éminemment loyal et il était le seul spécialiste du magasin qui bénéficiait de la confiance commerciale de son patron.

Lui seul avait la permission de voir le télégramme qui appelait monsieur Grover à New York, le télégramme qui menaçait d'apporter des changements à la vieille et bien établie maison de Seth T. Grover.

Une entreprise amie de la métropole avait expérimenté des difficultés financières et le vétéran commerçant décida d'y aller immédiatement afin d'investiguer de prime abord le véritable fond du problème.

Il confia à Wilkinson que la compagnie Seth T. Grover Co. ne payait pas non plus ses dividendes habituels depuis le développement de 2 prétentieux rivaux. Il dévoila que s'il pouvait trouver un acheteur potentiel à New York, il l'amènerait avec lui, espérant pouvoir vendre le commerce auquel il avait dédié presque 40 ans de travail constant et dévoué.

"Ce sont les mauvaises nouvelles, monsieur, qui vous ont accablé", dit John Wilkinson, espérant remonter le moral de son patron. "Vous ne penserez plus à vendre après avoir réfléchi un peu."

“Je ne veux pas vendre, Wilkinson, mais la vérité c’est que nous sommes dans une impasse et je n’ai pas d’option. Attendez-moi dans 2 semaines. Ne laissez pas cet homme aller trop loin avec ses idées novatrices et envoyez-moi un télégramme si vous avez besoin de moi. Mademoiselle Skinner vous aidera avec la correspondance générale. Je crois que c’est tout. Au revoir, Wilkinson.”

Quelques minutes plus tard, l’homme d’affaire s’empressait de partir sans le moindre signe externe de dépression.

Un acheteur potentiel de la société visite le magasin

2 semaines passèrent et monsieur Grover rentra, accompagné par un homme petit et astucieux de 50 ans, qui se distinguait d’abord par sa lourde chaîne de montre et par l’éclat de son épingle d’écharpe.

“Visitez le magasin”, dit le propriétaire “et nous en parlerons cet après-midi.”

Les 2 se séparèrent et le commerçant se dirigea vers son bureau privé. C’était évident que son voyage n’avait rien eu d’agréable et son humeur était clairement mauvaise.

Il jeta un coup d’œil rapide vers la correspondance sur son bureau, posa quelques questions à sa secrétaire et demanda de voir Wilkinson, qui était sorti faire une commission, dès qu’il retournerait.

Puis, il se pencha sur son bureau et prit un gros volume, qu’il n’avait pas remarqué jusqu’alors.

“L’album de la compagnie Seth T. Grover”, était imprimé en or sur la lourde couverture.

“Qui a eu encore cette idée de l’album du magasin !” grommela-t-il. Il se retourna vers sa secrétaire. “Qui a fait ça ?”

“C’est l’idée de monsieur Barker”, dit la jeune femme effrayée.

“Hum, je m’en doutais”, grogna le patron. Il ouvrit l’album.

Des annonces, soigneusement coupées et collées, occupaient les pages de gauche tandis que des commentaires étaient écrits sur les pages opposées. Par-ci par-là il y avait des circulaires et d’autres documents émis par le magasin avec des découpages occasionnels des colonnes de nouvelles et des journaux plus importants.

Technique pour faire venir les clients

Tandis qu’il tournait les pages rapidement, le regard du propriétaire saisit plusieurs gros titres et il s’arrêta pour lire ce qui suit :

UNE SALLE DE JEU ENCHANTE D’INNOMBRABLES ENFANTS

La compagnie Seth T. Grover remporte un franc succès auprès des enfants.

L’original projet de l’entreprenante maison attire l’attention générale.

Le marchand conservateur ne pouvait plus lire. Maintenant il était furieux et il ne faisait aucun effort pour le dissimuler. En claquant violemment le grand livre, il se retourna vers sa secrétaire.

“C’est où cette affaire stupide de maternelle – cette salle de jeu ?” demanda-t-il en colère.

“À — à l’étage supérieur, monsieur”, vint la réponse effrayée.

Hors du bureau, dans l'ascenseur, montant à l'étage supérieur, Seth. T. Grover en sueur plutôt par un exercice mental que par un effort physique, se trouvait à la porte de la salle de jeu. Il s'arrêta devant la contre-porte et regarda à l'intérieur.

Des enfants par centaines, depuis des bébés et jusqu'à des bambins de 10 ans, jouaient ardemment mais non pas durement, sur une variété de jeux.

Tout l'attirail normal d'une gym, comprenant des haltères, des barres horizontales et parallèles, des anneaux volants remplissaient un bout de la pièce, tandis que 2 longues et rapides glissières d'un aspect inouï s'étendaient d'un coin du haut plafond jusqu'à un point éloigné du plancher.

Les enfants étaient à la queue leu leu devant ces toboggans car ils attendaient leur tour pour glisser. En position assise sur une glissière ou levés sur l'autre.

Sheldon Thomas, du département des jouets, un type galant et un athlète amateur s'en occupait et tout semblait être dirigé d'une manière ordonnée et pratique. La pièce résonnait des rires continus mais le visage du propriétaire agacé ne reflétait pas la joie.

Des affiches qui marchent

Son regard se dirigea vers les côtés de la pièce, où sur de longs rangs de chaises il y avait des femmes respectables, qui regardaient avec un plaisir manifeste comment leurs responsabilités joignaient l'exercice au plaisir aux dépens de la compagnie Seth T. Grover. Ensuite, le vétéran remarqua les murs de la spacieuse pièce. Il fut d'abord attiré par une grande enseigne dorée. Il lut :

Après l'exercice, essayez un

SODA GROVER

Dépt. des médicaments, 1^{er} étage

Ensuite, il lut d'autres enseignes arrangées de l'autre côté de la pièce :

Faites en sorte que les garçons portent
des pantalons indéchirables.

Sa doublure le rend si confortable !

Vêtements pour les enfants – 3^e étage.

Vos enfants aimeront nos

Ceintures wearwell.

Quoi qu'ils leur fassent, elles ne céderont pas.

3^e étage

Après l'exercice, frottez-vous avec

ASSOUPLINE.

Si vous êtes épuisé,

ASSOUPLINE vous donne de l'énergie !

Dépt. des médicaments, 1^{er} étage

ACHETEZ

des chaussures Duracuir

pour les enfants.

Bonnes semelles faites pour durer

Département des chaussures – 2^e étage

Seth T. Grover ne pouvait plus supporter cet affichage. Il tournait le dos à “l’affaire stupide de la maternelle” au moment juste où le coupable, accompagné par la détective du magasin, Mary Burns, passait silencieusement. Le copywriter s’arrêta.

Utiliser les méthodes modernes pour attirer les clients

“Quelle joie de vous voir de retour !” fut le chaleureux salut de John Hancock Barker. “Nous avons fait plein de choses depuis que vous êtes parti.”

“Je le vois bien”, grogna le vieux marchand d’une emphase tragique, “et je veux que vous m’accompagniez immédiatement dans mon bureau.”

Ils étaient assis l’un près de l’autre et l’homme d’affaires se retourna envers le jeune homme d’un air menaçant.

“Alors, monsieur”, dit-il d’une voix mordante, “je vois que vous avez profité de mon absence pour faire des choses que vous saviez que je n’aurais jamais accepté. Vous êtes

allé trop loin, monsieur Barker, beaucoup trop loin. Vous comprenez, monsieur ?”

“Un instant, monsieur Grover”, répondit le jeune homme tranquille, “je refuse d’être jugé coupable sans avoir le droit de me défendre.”

“La seule chose que je ne puisse comprendre”, poursuivit le propriétaire en ignorant la protestation de l’autre, “c’est pourquoi John Wilkinson n’est-il pas intervenu. Je l’ai délégué comme directeur pendant mon absence et, donc, il devait être prêt à s’opposer à ces folles innovations.”

“Est-ce que je peux vous demander”, s’interrogea monsieur Barker, “qu’est-ce que vous entendez par folles innovations ?”

“Oui, vous pouvez”, répondit le marchand d’un air grave. “Et moi, je vais vous demander comment avez-vous osé les introduire. En premier lieu, hier soir en rentrant de la gare, qu’est-ce que je vois devant le magasin ? Une enseigne néon, criarde, étincelante avec un contour de couleurs changeantes qui avait l’aspect d’une carte de Saint Valentin. Pourquoi c’est la première chose que j’aie vue quand j’étais dans la rue, à 7 immeubles de distance, monsieur ? J’aimerais savoir quel est le profit que cette enseigne nous apporte, monsieur ? Pourquoi ça brille toujours quand le magasin est fermé ?”

“Les recherches ont démontré, monsieur Grover”, commença le jeune homme mais il fut à nouveau interrompu.

“Je me fous des recherches”, continua le propriétaire. “Je dis seulement que l’enseigne et les lumières que vous avez mis aux fenêtres coûtent au moins 6.000 euros.”

“4.500, monsieur”, dit le rédacteur publicitaire” et je lutte pour...”

Une fois de plus, le vétéran l’interrompt.

Inventer de nouveaux produits

“Vous luttez toujours et vous prévoyez et vous êtes un prophète, mais quels sont vos résultats, monsieur ? Je ne vous ai pas embauché pour lutter – mais pour accroître mes ventes. Et qu’est-ce que je trouve quand je rentre ? Une salle de jeu pour amuser les enfants à mes dépends. Nous sommes ici dans un grand magasin, jeune homme, non pas dans une cour de maternelle !”

Le vieux marchand fit une pause. Il était tellement irrité qu’il perdait son souffle et son visage était tout rouge.

“Vous ne comprenez pas”, dit le tranquille Barker

Le vieil homme reprenait progressivement son souffle.

“Il y a beaucoup de choses que je ne comprends pas”, cria-t-il. “Je ne comprends pas le sens du Soda Grover, par exemple. Peut-être que vous pouvez me l’expliquer.”

Le rédacteur publicitaire ne put contenir un sourire.

“Le soda Grover, dit-il, c’est la boisson la plus populaire plat que nous proposons au distributeur de soda.”

“Nous n’avons pas de distributeur de soda”, rugit le propriétaire.

“Nous n’avons pas de distributeur de soda”, le corrigea le jeune homme, “mais nous en avons maintenant.”

On frappa à la porte.

“Entrez !” cria le commerçant.

C’était John Wilkinson, qui ferma soigneusement la porte derrière lui. Il se préparait à saluer son patron, car il ne l’avait pas vu depuis 2 semaines, mais l’expression du visage de monsieur Grover l’avertit de ne pas le faire.

Le vieil homme d’affaires dévisageait sévèrement le doux visage du surintendant.

“C’est justement vous que je voulais voir, Wilkinson”, dit-il.

Le surintendant regarda d’abord le visage de son patron, ensuite celui du rédacteur publicitaire et devina qu’ils s’étaient disputés.

Mais en voyant que le jeune homme ne semblait pas affecté, il osa regarder à nouveau son patron. C’était la première fois qu’il recevait le regard accusateur du vieux commerçant sans tressaillir.

“On a changé beaucoup de choses ici pendant mon absence, Wilkinson”, dit le vieil homme d’affaires.

“Oui, monsieur”, approuva le surintendant.

“En étiez-vous au courant ?”

“Ou — oui, monsieur.”

“Et vous les avez approuvés ?”

Wilkinson se retourna vers Barker. Il semblait rassembler plus de courage de la contenance du rédacteur publicitaire et répondit par un “Oui, monsieur” d’une fermeté surprenante.

Renoncer au conservatisme

Le vieil homme le regarda ébloui.

“Wilkinson”, dit-il, “vous venez de me dire qu’après avoir travaillé ici tant d’années, on vous a amené à croire aux schémas des enseignes criardes et des maternelles ?”

“Monsieur Grover”, commença le calme Wilkinson, “C’est vrai. Je crois aux méthodes modernes. J’admets que je ne les appréciais pas il y a quelques semaines, mais j’ai renoncé au conservatisme. J’ai parlé avec ce jeune homme et il m’a transmis des idées nouvelles, qu’il m’a convaincu par la suite d’essayer.”

Monsieur Grover tourna son regard furieux sur l'imperturbable Barker.

“Ne l'accusez pas, monsieur”, continua Wilkinson. “Je suis le responsable de tout ça. Vous m'avez laissé à votre place et j'ai introduit ces changements, ces améliorations, car c'est ça en effet. Monsieur, le magasin était devenue une routine. On fonctionnait selon les mêmes vieux principes valables il y a des années. Voilà pourquoi les compagnies Scott & McTavish et Moulton nous ont provoqués, nous ont égalés et maintenant elles risquent de nous dépasser. Ce dont nous avons besoin, monsieur, excusez-moi – ce dont VOUS aviez besoin c'était des idées nouvelles. Ce jeune homme en avait la tête pleine. Je les ai approuvées. Et –”

Seth T. Grover serra sa main. John Wilkinson s'arrêta après le plus long effort verbal de sa carrière.

“Ça suffit, Wilkinson, dit le vieux marchand sévèrement. Je vais demander les rapports des chefs des départements. Je veux que vous restiez tous les 2 d'ici tandis qu'ils me les apportent. Wilkinson, appelez Stimpson du département des vêtements pour les enfants.”

“Si vous me le permettez, en appuyant sur le numéro 4, vous aurez Stimpson ici, dit Barker, en signalant 'le poulx du magasin.’”

Le propriétaire avait oublié ce mécanisme et, déjà affecté par le temps perdu pour toutes ces innovations, se retourna, obligé à appuyer sur le bouton.

Résultats après tous les changements

Le silence dura jusqu'à l'arrivée du chef du département des vêtements pour les enfants. Quand Stimpson fut entré, il vint jusqu'au centre de la pièce mais le froncement de sourcils de son patron le repoussa d'un pas ou deux.

“J’ai été absent 2 semaines, Stimpson”, commença le vieux marchand.

“Oui, monsieur”, dit l’employé effrayé.

“Que me dites-vous des ventes dans votre département pendant cette période ?”

Stimpson respira profondément.

“Magnifique !” s’exclama-t-il.

Son patron avait l’air ébloui. Wilkinson et Barker échangèrent des sourires furtifs.

“Ah”, dit le propriétaire, “c’est la croissance normale, due au stock d’automne, j’en suis sûr.”

“Non, monsieur”, répondit le chef du département, “même si les biens d’automne vont très bien, c’est une croissance générale. Nous avons une grosse demande de pantalons indéchirables, de ceintures wellwear, de Pyjamas Grenouillères, et d’autres articles pour remplacer les vêtements que les enfants portent à l’étage, dans la salle de jeu. C’est merveilleux, monsieur Grover, de voir comment ils usent leurs vêtements sur le toboggan. Et puis –”

“Ça suffit, Stimpson”, interrompit le propriétaire en appuyant le “numéro 3” du “pouls du magasin”. Quelques minutes plus tard, Stimpson céda la place à Cadberry, le chef du département des chaussures. Le regard furieux du propriétaire s’était un peu adouci.

“Qu’est-ce que vous me dites des ventes dans votre département depuis mon départ, Cadberry ?” demanda-t-il.

“Super, monsieur”, fut la prompte réponse.

“À cause de l’annonce du stock d’automne ?” demanda le vieux commerçant.

“Oui, en partie”, répondit le chef du département des chaussures, “quand même, monsieur, je crois que les enfants usent très vite leurs chaussures en jouant dans la salle de jeu

du 8^e étage. Les semelles ne supportent pas longtemps la friction provoquée par la descente sur le toboggan et les jeux joués par les enfants détruisent la couture des chaussures. Je trouve, aussi, que beaucoup de ceux qui accompagnent les enfants veulent acheter des chaussures pour eux-mêmes, et comme j’ai toujours soutenu –”

“C’est assez, merci, Cadberry”, dit le vieux commerçant étonné mais non pas satisfait.

Il appela “le numéro 6” et Mademoiselle Kearney, chef du département de dentelles, interrompit le silence qui s’était créé après la sortie de Cadberry.

“Comment vont les ventes ?” demanda brusquement son patron.

“Faiblement – pardonnez-moi, monsieur, elles vont bien”, répondit la jeune personne un peu émotive.

“Comment expliquez-vous ce progrès ?” demanda le marchand.

“Bon, je crois que les cliquetis et les jolies images qui accompagnent nos annonces aident beaucoup. Puis, il y a tant de gens qui viennent au magasin par rapport aux années d’avant, je suppose que je ne devrais pas le dire mais je crois que l’histoire sur ma personne, publiée dans le journal *The Times*, qui m’a présenté comme la plus jolie vendeuse de la ville a beaucoup aidé mon département. Je me demande qui a bien pu écrire cette interview ?”

Le propriétaire regarda Barker, mais le copywriter faisait mine de lire son petit carnet. “C’est tout, merci, Mademoiselle Kearney”, dit-il et elle quitta la pièce d’un claquement de talons.

Seth T. Grover regardait Barker, puis Wilkinson, puis de nouveau Barker.

“Pour le moment, je ne vais pas appeler les autres”, dit-il.

“Malheureusement, vous omettez le rapport du nouveau distributeur de soda”, dit Barker. “Ça fonctionne depuis 11 jours, mais c’est une affaire remarquable.”

“Peut-être que monsieur Grover aimerait mieux entendre votre rapport sur le nombre des visiteurs”, intervint Wilkinson.

Qu'en est-il du nombre des visiteurs ?

Le rédacteur publicitaire consulta son carnet.

“Le lendemain de mon arrivée ici, dit-il, j’ai fait compter le nombre des gens qui étaient entrés dans les 3 grands magasins. Scott & McTavish conduisait avec 2.897 ; Moulton's était à la deuxième place avec 2.114, et la compagnie Seth T. Grover était la dernière avec 1.472. Hier, nous avons compté à nouveau. Moulton's avait 2.027, Scott & McTavish 2.417 et nous avons enregistré 3.504.” Il s’arrêta. “Bien sûr ce ne fut pas très correct que de les compter hier car c’était notre jour de concert.”

“Jour de concert ?” répéta monsieur Grover.

“Oui”, dit Wilkinson. “Nous avons ajouté un département de musique pendant votre absence et chaque semaine, nous avons des récitals auxquels nous invitons environ 1.000 de nos clients constants. Maintenant nous avons suffisamment de place dans la salle de réunion.”

“La salle de réunion ?” grommela le vieux marchand.

“Oui”, dit Barker. “Vous vous rappelez que je vous ai parlé de l’aménager dans l’entrepôt du 5^e étage ? Nous ne présentons pas seulement des récitals, mais aussi des spectacles pour les employés, qui les font sentir une plus grande sympathie envers le magasin. Et ça fait des miracles. Hier, Scott & McTavish essaya d’embaucher 2 de nos employés en leur offrant un meilleur salaire. Est-ce qu’il les ont eus ? Non-non-non.”

Le rédacteur publicitaire sortit une carte imprimée de sa poche et la tendit au commerçant.

“Voilà le programme de conférences pour les employés pour le mois prochain, dit-il, et vous remarquez que je me suis permis de vous programmer pour Jeudi, le 19. Nous avons eu Norman Montgomery, l’expert en règlement social, le soir d’avant-hier et il a fait une très bonne impression. Il a utilisé des images et si vous aviez vu comment les employés dévoraient ses mots... cela leur a fait du bien. Aussi, le maire est programmé pour la semaine prochaine.”

L'entreprise n'est plus à vendre

Le propriétaire examinait la carte en silence.

C’était le tour de Wilkinson.

"Parlez-lui de l’orchestre”, dit-il à Barker, d’un sourire rusé. – Et Wilkinson n’était pas habitué à plaisanter.

“L’orchestre ?” résonna la voix du vieil homme.

“Oui”, dit le rédacteur publicitaire, “vous vous rappelez, l’orchestre que nous avons formé le lendemain de mon arrivée. On ne peut pas encore dire grand-chose, mais cet orchestre va triompher. 32 pièces jusqu’à présent et 4 répétitions par semaine. Ils seront prêts pour l’anniversaire.”

Seth T. Grover hocha sa tête. “Quel anniversaire ?”

Wilkinson sourit tandis que Barker lui répondit.

“Mais c’est l’anniversaire de l’affaire, monsieur. La maison fête ses 40 ans d’ici une semaine et nous avons pensé à célébrer une telle occasion.”

On frappa à la porte.

“Entrez !” dit le propriétaire.

Le personnage astucieux, qui l'avait accompagné durant la matinée, entra.

“J’ai inspecté votre entreprise et je suis très satisfait”, dit-il. “Quels sont vos termes ?”

Soudain, le vieux commerçant sourit.

“La maison n’est plus à vendre”, dit-il.

Célébration du 40^e anniversaire

IV.

Le matin suivant le 40^e anniversaire de la compagnie Seth T. Grover, le fondateur de la maison était assis à son bureau en train de lire la page n° 221 de l’album du magasin, car sur cette page il y avait l’histoire de l’anniversaire racontée par les journaux du matin.

Mademoiselle Skinner entra portant une grande pile de lettres et les mit gentiment sur le bureau de Grover.

“Encore des félicitations ?” demanda son patron.

Mademoiselle Skinner sourit et fit signe qu’oui.

“Mon Dieu”, s’exclama le vétéran en voyant la première lettre. “Ça vient de loin, de la côte ! Barnes & Telfer, San Francisco. Comment diable, ont-ils appris que nous célébrions notre 40^e anniversaire ? Et voilà les meilleurs vœux de New Orléans et de Portland, Maine, et plus encore, de New York. Ce qui m’intrigue c’est qui les a informés ?”

Mademoiselle Skinner sourit de nouveau.

“Monsieur Barker a commandé des cartes gravées”, dit-elle, “et il m’a priée de les envoyer aux départements des magasins les plus importants et des maisons partenaires. Il a dit que vous étiez tellement modeste que vous pourriez refuser, donc, il a décidé de le faire lui-même. Et voilà une copie de l’article sur l’anniversaire, envoyé par Associated

Press à la suggestion de monsieur Barker. Il dit que cela apparaîtra aujourd'hui dans les journaux de tout le pays.”

Tandis que le propriétaire enchanté de la maison de 40 ans lisait ses lettres de félicitations, John Hancock Barker fixait du regard une longue lettre.

“Maintenant ils me veulent”, murmura-t-il.

Il plia la lettre et la mit, avec d'autres papiers, dans l'un des compartiments de son spacieux livre de poche. Puis, il aperçut la détective du magasin qui passait devant sa porte et l'appela.

Le copywriter et la détective

“Mademoiselle Burns”, dit-il, “vous vous êtes rendue compte que je vous appelle toujours Mademoiselle Burns durant les heures de bureau et Mary après ?”

La jeune femme sourit et rougit. “Je suppose que vous l'avez remarqué, Mary.”

“Nous sommes pendant les heures de bureau”, dit-elle modestement.

Il ria doucement.

“Très bien, mademoiselle Burns”, dit-il. “J'ai quelque chose de très important à vous dire. Ça a un rapport à la lettre qui est arrivée ce matin et qui porte un “message de bienvenue” pour moi à Chicago.”

L'une des compétences des détectives privés c'est de ne laisser entrevoir aucun changement d'humeur. Et cependant, monsieur Barker observa que les joues de Mary Burns pâlirent sous l'effet de ses mots.

“C'est une bonne occasion”, continua-t-il, “une occasion que j'attendais et —”

Elle l'interrompit.

“Qu’est-ce que monsieur Grover fera sans vous ?” demanda-t-elle.

Barker ria. “Oh, lui et le magasin, ils se débrouilleront aussi sans moi. J’ai tout planifié. Maintenant je me concentre sur le département de sécurité. J’ai été très surpris par ce département le jour même de mon arrivée ici.”

Mademoiselle Burns sourit. “On vous a amené au bureau du patron”, dit-elle.

“Oui, mais rappelez-vous qu’il n’y avait aucune preuve contre moi”, remarqua-t-il. “Un peu plus tard, le département de sécurité m’a averti que j’avais besoin de quelqu’un qui prenne soin de moi. ”

Mademoiselle Burns rougit. “Les mots ne disaient pas ce que j’ai voulu comprendre. Mais je n’ai pas cessé d’y penser alors, après et maintenant plus que jamais, maintenant quand je dois partir pour Chicago.”

Il s’arrêta. Mary Burns examinait le dessin du papier peint mais n’osa pas parler. Le rédacteur continua : “Je veux vous dire une autre chose encore. Vous êtes trop bonne pour ce boulot de détective. Ce n’est pas un style de vie qui sied à une jeune fille si gentille et je veux que vous le quittiez. Depuis ce jour où vous avez arrêté ce voyou dans le département des bijoux –”

“C’est pas moi qui l’ai arrêté”, interrompit-elle “vous l’avez vu en premier, autrement il se serait échappé.”

“De toute façon, je n’aime pas l’idée de vous voir mener cette vie à cause de votre position. Si je vous offrais quelque chose de mieux, si je vous proposais de changer d’environnement, de changer de travail, de changer – de changer de nom, l’accepteriez-vous ?” Il tendit sa main et elle y glissa la sienne. Son regard passa du dessin du papier peint au tapis en mosaïque.

“Si je m’en allais”, dit-elle doucement, “qui – qui prendrait soin du magasin ?”

“Si vous ne veniez pas”, répondit-il pathétiquement, “qui – qui prendrait soin de moi ?” La détective du magasin tressaillit.

“Je – je viendrai”, dit-elle.

“Mary !” s’écria-t-il.

“Heures de bureau” avertit-elle.

“Au diable les heures de bureau !” s’exclama-t-il et le nouvel accord fut scellé à l’ancienne.

Le moment de faire le point

Un peu plus tard, John Hancock Barker alla voir son patron. Ils échangèrent des saluts qui dénotaient de l’amitié tout comme une bonne relation d’affaire.

“Ça fait 3 mois aujourd’hui”, dit le jeune homme.

“Depuis que vous avez introduit la cure au ginseng ?”

“Depuis qu’on m’a amené devant vous pour comportement soupçonneux”, ria le rédacteur.

Son patron ria avec lui. “Je dois vous dire que vous avez très bien passé l’épreuve”, dit le commerçant, “et parlons franc, vous pouvez rester aussi longtemps et aller aussi loin que vous voulez.”

Le jeune homme secoua sa tête. “Je vous remercie, monsieur Grover, mais je pars.”

Le vétéran le regarda de près et son sourire s’évanouit.

“Pour vous perfectionner ?” demanda-t-il. “Je suis prêt à tout faire pour vous retenir ici. Pensez-y.”

“C’est très gentil de votre part, monsieur Grover”, dit le jeune homme touché, “Mais les faits sont clairs. Vous n’avez plus besoin de moi et moi, je dois m’exercer dans un autre domaine. Le magasin s’est engagé sur la route du succès. Vous n’avez qu’à regarder les visages de Scott &

McTavish et de Moolton pour en être sûr. À propos, j'ai compris qu'ils parlent même de s'unir."

"Vous allez nous manquer", dit le vieux commerçant, et vague inquiétude creusa ses rides profondes.

"Mes services seraient inutiles, monsieur, si je ne vous manquais pas", éclata plaisamment le copywriter, "mais le magasin fonctionnera très bien si vous maintenez ce rythme. Dernièrement j'ai beaucoup parlé avec Wilkinson et je ne crois pas qu'il y ait un surintendant plus capable dans tout l'état, monsieur Grover. Il adopte toutes les idées nouvelles et les analyse et, si ça passe de son conservatisme inné, vous pouvez être sûr qu'il y investira tout.

Les dernières recommandations du copywriter avant de partir

"À propos, monsieur, j'ai fait une découverte. Le jeune Hickox du département des livres. Il a un grand potentiel. Je lui ai donné des leçons pour écrire des textes publicitaires et je crois qu'il est un rédacteur publicitaire né. Vous avez vu la page d'hier ? Cela vous a éveillé l'intérêt ? C'est lui qui l'a faite. Je vous suggère d'avoir une petite discussion avec lui."

"Je le ferai", dit le propriétaire, et ses yeux brillèrent car les perspectives étaient bonnes. "Et qu'est-ce que vous ferez, si je peux vous demander ?"

John Hancock Barker sortit de sa poche la lettre qu'il avait examinée plus tôt dans la matinée et la tendit au vieil homme. Monsieur Grover y jeta un coup d'œil rapide.

"Parbleu !" s'exclama-t-il, "c'est une offre généreuse." Il hésita et regarda le jeune homme "mais justifiée, monsieur."

Le rédacteur publicitaire sourit et tendit une circulaire à son patron. "Voilà le prospectus d'une compagnie nouvelle. Je pense que la fabrication d'avions privés me

donnerait la meilleure chance pour des idées de publicité”, expliqua-t-il.

Le vieux commerçant lut la feuille de papier intéressé. “Cela semble une grande opportunité”, dit-il, “et je vous félicite.”

Les 2 se serrèrent la main.

Puis le vétéran retourna à son bureau et il sortit le chéquier de son compartiment.

“Je n’ai pas le montant exact de la croissance des ventes de ces derniers 3 mois”, dit-il tandis qu’il écrivait, “mais qu’en pensez-vous ?” Il rompit la feuille et la tendit au jeune homme.

John Hancock Barker siffla doucement. “Je vous remercie une fois de plus, monsieur”, dit-il et son visage exprimait un mélange de surprise et de plaisir.

“Est-ce que je peux faire quelque chose de plus pour vous, avant votre départ ?”, demanda le vétéran.

Le rédacteur fit signe qu’oui.

“2 choses !” répondit-il.

“Dites.”

John Hancock Barker rougit.

“Vous avez employé une certaine demoiselle Mary Burns.”

“La détective du magasin ?”

“Oui. Si je lui offre quelque chose de mieux, acceptez-vous de la laisser partir ?”

Le commerçant sourit en connaissance de cause.

“Oui, avec mes félicitations”, ria-t-il. “Ne m’oubliez pas quand vous faites la liste des invités.”

“Vous serez le premier sur cette liste, monsieur”

“Et quel est l’autre service ?”

Le rédacteur redevint sérieux. “Ne jamais laisser Livingstone du département de la soie écrire une autre annonce pour la maison”, dit-il.

“C’est garanti !” cria le vieux commerçant et il y eut un autre rire.

John Hancock Barker se leva.

“Alors”, dit-il, “J’apprécie votre gentillesse, monsieur Grover, et je vous souhaite le mieux du monde pour vous et votre maison.”

Il vaut la peine d'annoncer

Il tendit sa main, que le vétérán serra chaleureusement.

“Les meilleurs vœux pour vous – et pour elle”, dit-il sincèrement.

Quoique la porte fût fermée après le départ du rédacteur publicitaire, le vieux commerçant demeura le regard perdu dans la direction qu’il avait prise.

Puis, il revint lentement à son bureau et prit distrait la première chose à portée de sa main. C’était une fiche de papier proprement imprimée, qu’il eut un peu de peine à lire car sa vue était un peu brumeuse :

LA COMPAGNIE SETH T. GROVER N° 78

ANNONCEZ

SI ça va mal, annoncez de bouche à oreille, et ce que vous souhaitez se réalisera.

SI tout va bien, montrez en souriant que votre état d’esprit peut influencer positivement le monde.

SI vous avez un business, annoncez pour faire connaître vos services et vos produits... et votre entreprise

prosperera.

*Choisissez bien vos textes
Et si vous prenez le temps
De bien rédiger,
Vous verrez qu'il vaut vraiment
la peine D'ANNONCER !*

Pour en savoir plus sur la rédaction d'annonces qui feront venir à vous prospects et clients, cliquez ici :

[Les Secrets des Textes qui Vendent](#)