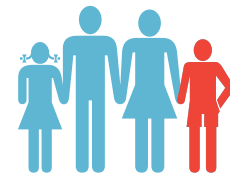


# Le marché de l'optique

## UN MARCHÉ IMMENSE !

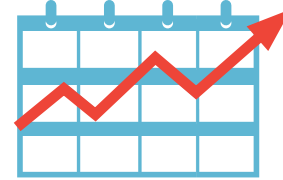
**80%** des foyers ont un membre porteur de lunettes de correction ou de lentilles.



**41%** des Français de 15 ans et + ont acheté des lunettes correctrices au cours des 12 derniers mois !



## LA FRÉQUENCE DE RENOUELEMENT DES LUNETTES AUGMENTE



→ Inférieure à 3 ans en moyenne.

→ Certains changent tous les 2 ans, d'autres tous les 5 ans, pour un budget moyen de 350 € TTC.



→ Les foyers seniors et/ou aisés s'autorisent des dépassements importants au niveau du prix.

## UNE CONCURRENCE DE PLUS EN PLUS FORTE

**33%** de magasins en + qu'il y a 10 ans.



→ 1 magasin d'optique rayonne sur 15 000 foyers environ mais il y a 1 magasin pour 1 800 foyers susceptibles d'acheter, soit potentiellement 5 à 8 concurrents sur votre zone.

A cela s'ajoute une « guerre des prix » entre opticiens, qui impose de se démarquer pour pouvoir développer son activité.

# Nos solutions pour développer votre activité

## GAGNEZ DE NOUVEAUX CLIENTS

**FAITES-VOUS CONNAÎTRE** auprès des nouveaux emménagés de votre quartier

**Comment ?**  
→ Courrier auprès des foyers nouvellement installés dans votre zone durant les 3 derniers mois.

**Pourquoi ?**  
→ Recruter ces futurs clients avant vos concurrents.

**Message :** faites une offre de bienvenue sur une sélection de produits aux nouveaux emménagés de votre quartier...



**COMMUNIQUEZ** sur votre zone de chalandise

**Comment ?**  
→ Imprimés publicitaires dans les boîtes aux lettres des foyers de votre quartier.

**Pourquoi ?**  
→ Générer du trafic dans votre magasin.

**Message :** profitez des temps forts, comme la rentrée scolaire et les vacances, pour faire des remises sur des produits événementiels...



**CIBLEZ** vos prospects à potentiel

**Comment ?**  
→ Courrier adressé sur un fichier de foyers aisés et seniors.

**Pourquoi ?**  
→ Recruter des clients à forte valeur.

**Message :** tous les 2 à 3 mois, pensez à faire une invitation pour une vente privée avec une sélection de produits, proposez une remise sur des produits événementiels dont les solaires...

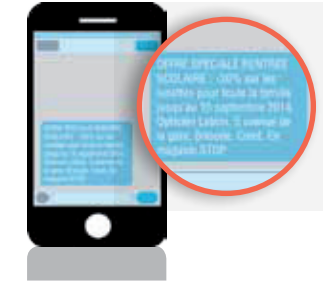


## MAXIMISEZ LE POTENTIEL DE VOS CLIENTS

**FIDÉLISEZ** vos clients en entretenant une relation privilégiée

**Comment ?**  
→ Courrier adressé et SMS auprès de vos clients.

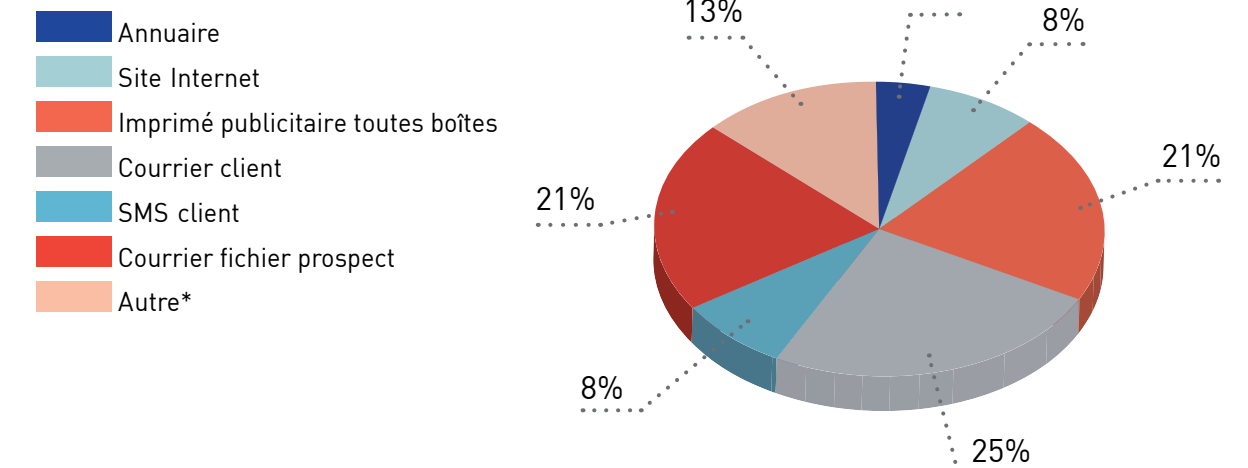
**Pourquoi ?**  
→ Accélérer le renouvellement de l'équipement de vos clients actuels, et s'assurer qu'il se fera chez vous.  
→ Augmenter votre panier moyen par des achats complémentaires (accessoires, solaires pour enfants).



**Message :** faites des offres promotionnelles au moment des vacances, proposez des offres pour toute la famille à la rentrée scolaire, pensez aux opérations de parrainage, réagissez aux promotions de vos concurrents...

# Vos investissements en communication

## Répartition conseillée de votre budget de communication annuel.



\* Salons, opérations événementielles et promotionnelles...

**Un investissement annuel de 2% de votre chiffre d'affaires vous permet d'assurer une communication multi-média efficace :**  
→ Une présence sur Internet et sur un annuaire  
→ Des campagnes d'imprimés publicitaires et des mailings de prospection  
→ Plusieurs mailings personnalisés et campagnes SMS auprès de vos clients