

TRAIT D'UNION

La Newsletter des adhérents GROUPE ONE

Numéro 22 - Décembre 2018

ÉDITO

par Fabrice Martinez



TOUT SAUF L'INDIFFERENCE !

Dans la jungle des 12 700 opticiens français, créer et assumer ses différences, ce n'est plus seulement un choix, mais une question de survie !

Ce constat est d'autant plus vrai pour les 6 000 opticiens qui ont fait le choix de l'indépendance. Eux, ne bénéficient pas d'une communication nationale, d'un positionnement clairement défini, et d'une politique commerciale et marketing centralisée, qu'il faut « simplement » appliquer.

Leur positionnement, ils doivent le créer. Leurs différences, ils doivent les assumer ! Et c'est la condition sine qua none, pour pouvoir être reconnu, identifié, repéré, bref, choisi !

Souvenez-vous des hésitations de Géo, dans le précédent numéro de Trait d'Union, perdu devant une multitude de magasins, proposant dans leur grande majorité... la même chose ! Quoi de plus triste en effet, que nos centres commerciaux et nos centres villes, qui se ressemblent tous ? Mêmes façades, mêmes communications au même moment... quel ennui !!!

Alors me direz-vous, comment fait-on pour se différencier ? Pas de recette miracle, bien sûr, mais à la base, l'envie de raconter une histoire qui nous ressemble. L'envie de partager avec ses clients (ou futurs clients), une « expérience », qu'ils ne retrouveront pas dans le magasin d'à côté. Pas forcément meilleure, pas forcément moins bonne, mais différente ! La différence, elle peut se créer au travers de multiples leviers. Elle peut passer par une façade, des vitrines, des marques exclusives, une façon de les présenter, un accueil ou des attentions particulières, etc.

Ces pistes ne sont pas exhaustives, et on peut en sélectionner une, plusieurs, ou toutes, et bien d'autres encore ! Dans ce cas, l'indépendance est une chance, car nous n'avons quasiment aucune limite. Nous pouvons laisser libre cours à notre imagination, à nos envies, et créer des magasins à notre image. Ou du moins à celle du moment, car comme tout concept, les magasins vieillissent, les attentes et goûts des consommateurs changent, et il faut sans cesse se renouveler, au risque de sombrer une nouvelle fois dans l'indifférence...

Si on résume, l'opticien indépendant a une chance unique, qui compense largement son manque de « voix » : il peut se construire un magasin qui lui ressemble, et créer avec les porteurs qui le choisissent, un lien fort et durable.

Alors, pour conclure, je paraphraserai Christophe Tavernier, qui disait « Nous ne devrions pas craindre la différence. Les plus à craindre c'est l'indifférence ! ».

Sur ces paroles, qui nous animeront régulièrement en 2019, je me joins à l'ensemble des équipes GROUPE ONE, pour vous souhaiter un Joyeux Noël, et de très belles fêtes de fin d'année.



Fabrice MARTINEZ
Directeur des Opérations

Gleckika
Wianachta*

*Joyeux Noël

CONVENTION NATIONALE 2018 : UN GRAND CRU !

Les 18 et 19 novembre dernier, la 2ème Convention Nationale des Adhérents GROUPE ONE s'est tenue à Paris. Près de 150 opticiens, venus de toute la France, y ont pris part. Ambiance conviviale, mais aussi studieuse et festive. Installés dans les salons du Novotel Paris-Tour Eiffel, et profitant d'une vue magnifique sur la Seine, les participants ont eu droit à un programme mêlant vision stratégique du métier, sujets d'actualité et ateliers thématiques.

Pour commencer, une réunion plénière a fait l'emphase sur la nécessité de se différencier pour créer de la valeur, sortir de la masse des opticiens, et être choisi par un porteur de plus en plus critique et sollicité. Au cours de cette réunion, 5 outils exclusifs développés par GROUPE ONE ont été détaillés : le bilan magasin, les campagnes de détection de la DMLA, les actions marketing sur-mesure, le Livre Blanc du RAC 0, et la plateforme de contactologie intégrée.

A l'issue de cette plénière, les participants ont assisté à l'intervention d'André BALBI, Président du ROF, venu commenter le dispositif RAC 0 (ou 100 % santé). L'objectif étant de déterminer comment

les opticiens indépendants pouvaient utiliser ce dispositif pour en faire une opportunité de développement. La longue séance de questions/réponses qui s'en est suivie a prouvé le bien fondé de cette rencontre, ainsi que l'importance des enjeux.



Comme en 2017, les opticiens se sont ensuite séparés en 3 groupes tournants, afin de participer à 3 ateliers thématiques : le verre, ou comment bien détecter les besoins des porteurs, la monture, ou pourquoi et comment bien gérer nos stocks, et la contactologie, avec un rappel des enjeux liés à ce marché, et les leviers à utiliser pour s'y développer. Un quatrième atelier, lui aussi consacré à la contactologie, a eu lieu le lundi matin, intégrant notamment une animation « réalité virtuelle ».



La soirée a permis à tous de partager un excellent moment de convivialité au bord de l'eau, à l'Atelier du France. Un dîner ponctué par l'intervention d'un duo de mentalistes, qui a enthousiasmé l'ensemble des personnes présentes.

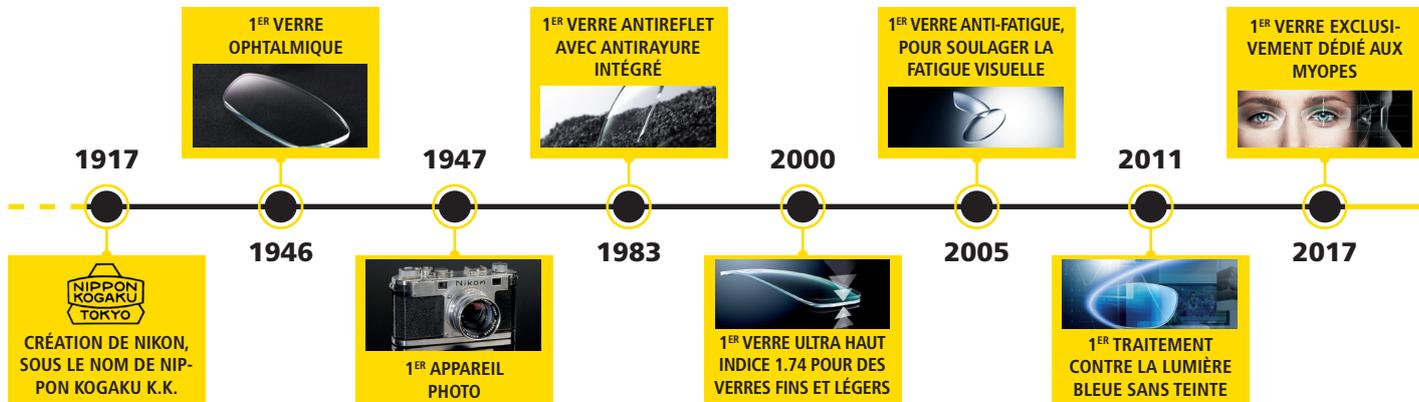
La journée du lundi a été consacrée à un salon, réunissant plus de 40 fournisseurs dans un magnifique espace de 600 m². Lunetiers, verriers, laboratoires, prestataires de services... les marques ont répondu présent pour faire découvrir leurs nouveautés aux adhérents, et échanger directement avec eux.



De l'avis de tous, cette réunion a été une réussite, tant sur le fond que sur la forme, et tout le monde s'est déjà donné rendez-vous en 2019 !



UN HÉRITAGE DE PLUS DE 100 ANS D'INNOVATION EN OPTIQUE DE HAUTE PRÉCISION



Issus de la technologie japonaise en optique de haute précision et du savoir-faire de production française, les verres optiques Nikon procurent à vos clients une vision d'exception

Les 5 valeurs clés des Verres Optiques Nikon

Saviez-vous que...

- **90% des français connaissent la marque***
Nikon fait partie des marques préférées des Français. Elle compte des millions de fans
- Nikon a développé **son premier verre ophtalmique 1 an avant le lancement de son premier appareil photo.**
- **Nikon est le partenaire officiel de la NASA.** Depuis 1971, les caméras Nikon inspectent l'extérieur des navettes spatiales de la NASA afin d'assurer qu'elles ne subissent aucun dommage.

- 1 UN HÉRITAGE DE PLUS DE 100 ANS EN OPTIQUE DE HAUTE PRÉCISION**
Nikon innove et repousse les limites de la technologie et de la précision, dans ses domaines optiques, **depuis plus de 100 ans.**
- 2 L'INNOVATION AU CŒUR DE L'ENTREPRISE**
Nikon a apporté dans le domaine du verre ophtalmique des innovations qui ont révolutionné la vie des porteurs. Nikon vous permet de renouveler l'équipement de votre porteur tout en lui offrant plus de **valeurs ajoutées et une qualité optique supérieure.**
- 3 L'ULTRA-PRÉCISION DU CALCUL OPTIQUE**
Le calculateur ultra puissant de Nikon, NODE, effectue des **boucles de calculs à l'infini** afin de se rapprocher parfaitement du design cible pensé par la R&D.
- 4 LA FABRICATION FRANÇAISE**
Les verres Nikon sont conçus au Japon mais **fabriqués en France** à Provins.**
- 5 L'ESTHÉTIQUE COMME MARQUE DE FABRIQUE**
Nikon, pionnier sur le matériau 1.74, a su développer des verres particulièrement plats et fins qui mettent en valeur le regard.

* Source Notoriété Nikon : Icon Added Value-Quanti 2014

** Les verres optiques Nikon sont conçus au Japon, mais fabriqués en France, à Provins, en Seine-et-Marne. Les verres suivants répondent aux conditions du label Origine France Garantie : Presio Master Infinite/ Presio Master Infinite FP ; PresioPower Infinite/Presio Power Infinite FP ; Presio Balance Infinite/Presio Balance Infinite FP ; Relaxsee Neo/ Relaxsee Neo Lite/ Relaxsee Neo Air sur verres blancs et Blue Secure en indices 1.50, 1.60, 1.67 ; SeeMax AP sur verres blancs en indices 1.50, 1.60, 1.67 et Blue Secure en indices 1.50, 1.60 ; MyopSee sur verres blancs et Blue Secure en indices 1.60, 1.67 avec les traitements HCC+UV, ECC+UV, SCC+UV, SCB UV et SCC+UV avec la technologie Night Drive Boost.

Les verres ophtalmologiques Nikon sont des dispositifs médicaux de classe I fabriqués par la société BBGR. Nikon® est une marque de Nikon Corporation - BBGR SAS au capital de 42.635.385,75 euros - 22 rue de Montmorency 75003 Paris-RCS PARIS-302 607 957 - Décembre 2018



Offre exclusive d'implantation



Les lunettes indispensables pour une vision préservée

40% de remise pour l'achat d'un Pack d'implantation de 20 lunettes

+ 1 présentoir offert
d'une valeur de 70 €

= 216 € d'économie



Offre réservée aux Adhérents GROUPE ONE dans la limite des stocks disponibles
Valable jusqu'au 31 décembre 2018



Promotion Lentilles

valable jusqu'au xx XXXXXXXX 2018

Faites découvrir à vos clients la technologie unique  Menicon Smart Touch™ de la nouvelle lentille jetable journalière **Miru 1day UpSide** et optimisez vos marges en choisissant parmi les différents Packs proposés.

Optimisez vos marges en choisissant parmi les différents Packs proposés.



Uniquement sur bon de commande !

DÉSIGNATION	REMISES	MONTANT
Miru 1day UpSide boîte 30 lentilles	-	16€40
Miru 1day UpSide boîte 2 x 30 lentilles	6,10%	30€80
Miru 1day UpSide Box Jeune 5 x 30 lentilles	30%	67€55
Miru 1day UpSide Box Jeune Collection 10 x 30 lentilles	17,6% + 1 solaire Polaroid PLD 6032/S d'une valeur de 29,60 € OFFERTE.	135€10

Téléphone 0800 67 00 02 - Fax 0800 67 00 04
info@groupe-one.fr - www.groupe-one.fr

Ont participé à ce numéro :



Menicon