



**Essilor France met le cap sur la reprise autour de 3 priorités :
assurer la sécurité sanitaire, soutenir la fréquentation des magasins et
optimiser les ventes lors de la reprise.**

Soutenir la fréquentation des magasins : focus sur les 6 actions d'Essilor

Le verrier français dévoile peu à peu sa feuille de route pour préparer la reprise et apporter aux opticiens partenaires les meilleures solutions pour soutenir leur activité dès le 11 mai. Après avoir détaillé les actions en lien avec la sécurité sanitaire, Essilor France précise son deuxième axe stratégique : soutenir la fréquentation des magasins.

« Soutenir la fréquentation des magasins consiste pour nous à mettre toutes les chances du côté de nos partenaires pour faire revenir les clients dans leurs magasins. Aussi, nous avons développé des solutions pour attirer l'attention des consommateurs sur leurs besoins visuels, renforcer la visibilité des points de vente sur le web et booster la communication locale. Cela se traduit par 6 actions majeures de soutien à la reprise des opticiens dans lesquelles nous mettons toute notre énergie et nos ressources », indique Lena HENRY, Directrice Générale d'Essilor France.

1/ Attirer l'attention des français sur leurs besoins visuels

Dès la mi-mai, un **module de vérification de la validité de l'ordonnance** sera disponible sur le site essilor.fr. L'objectif est de permettre à chaque consommateur de s'assurer de la validité de son ordonnance en quelques clics. Directement accessible depuis la home page du site, chacun pourra s'assurer par lui-même de la possibilité de se rendre directement chez son opticien, ou de la nécessité de prendre rapidement un rendez-vous chez son médecin ophtalmologiste.

Egalement, en complément des actions de sensibilisation menées directement par Essilor France, sur les réseaux sociaux ou les sites web essilor.fr et labonnevue.fr, les équipes du verrier préparent un **kit d'animation sociale** que chaque opticien partenaire pourra utiliser sur ses propres réseaux sociaux.

2/ Renforcer la visibilité des magasins partenaires sur le web

Le verrier français enrichit son outil de géolocalisation des opticiens partenaires présent sur essilor.fr. Dès le 12 mai, un **module de prise de rendez-vous en ligne** sera disponible en prenant en compte les horaires définis par l'opticien directement sur la plateforme essilorpro. Ainsi un consommateur pourra très simplement demander un rendez-vous à son opticien. Hébergé sur le site essilor.fr, ce service bénéficiera d'une forte visibilité : **plus de 1,5M de visiteurs uniques en 2019**.

En complément, le **service Essiweb** proposé par le verrier offre aux opticiens la possibilité **de piloter très simplement leur visibilité sur le web**. Ils peuvent ainsi modifier en une fois et au même endroit toutes leurs informations magasin (horaires d'ouverture, services...) pour Google, Facebook, PagesJaunes ou encore Waze entre autres, s'assurant ainsi une meilleure visibilité sur le web.

3/ Booster la communication locale auprès des clients

En s'appuyant sur deux services puissants du verrier, les opticiens partenaires pourront émerger au sein de leur marché local.

En termes **de communication locale**, ils auront le choix, à partir du 11 mai, entre différents **nouveaux supports** de communication : mailing sur fichier client, vitrophanie ou encore campagne SMS. Dans le cadre de cette dernière, Essilor offre **1000 SMS** aux opticiens partenaires*. Egalement, un sticker vitrine sera proposé pour rassurer les consommateurs quant au respect des règles sanitaires dans le point de vente et l'inciter à franchir le pas de porte.

Enfin, pour soutenir toujours plus l'activité des magasins, Essilor va activer, à la ré-ouverture des magasins, un plan d'actions spécifique dans le cadre du **programme d'animation consommateur Essilor One**. Ce programme, unique sur le marché, permet aux opticiens d'offrir davantage d'offres et services à ses consommateurs pour mieux les fidéliser à son point de vente, et de garder le contact avec des campagnes d'emailings cobrandées.

Ainsi, le plan d'action d'Essilor France pour soutenir la fréquentation des magasins partenaires dès leur ré-ouverture regroupe un large choix de solutions concrètes, activables par les opticiens directement sur les plateformes habituelles essilorpro et myessicom.

*Conditions de l'offre disponibles sur la plateforme myessicom.

Contact presse Essilor France

Julia Genevest-Bellier : julia.genevest@essilor.fr

www.essilor.fr