



Médaille d'or pour le Studio interactif Nikon !

STRATÉGIES

Nominé dans la catégorie Dispositif point de vente du Grand Prix Stratégies de l'expérience client 2019, le studio interactif Nikon remporte l'or ! Ce prix délivré par le magazine de référence de l'univers de la communication, du marketing et des médias a pour objectif de récompenser l'innovation et la créativité des campagnes au service de l'efficacité. Chaque année, les meilleures campagnes de relation client sont récompensées.

Les réalisations ont été jugées en fonction de la problématique ou de l'objectif de la campagne : conquérir de nouveaux clients, les fidéliser, les accueillir sur le lieu de vente, leur vendre un produit ou un service avec une efficacité toujours plus grande, renforcer une préférence de marque. Le Studio interactif Nikon s'est donc démarqué aux yeux du jury composé de professionnels, issus d'agences et du monde des entreprises.

Le Studio Nikon

Les verres optiques représentent 60%¹ des ventes en valeur d'un magasin, mais sont très rarement mis en avant. Or, ce qui permet de bien voir, c'est le verre optique.

C'est fort de ce constat que Nikon Verres Optiques développe le Studio, un espace interactif entièrement dédié à la marque et à ses produits afin de **faire vivre au consommateur une expérience unique en magasin** et ainsi le sensibiliser au choix de ses verres de lunette.

En mariant le sensoriel et la démonstration virtuelle, le Studio permet une prise de conscience de ses besoins visuels et une meilleure compréhension des solutions existantes.



Les +

1. Remettre le verre au centre de la vente

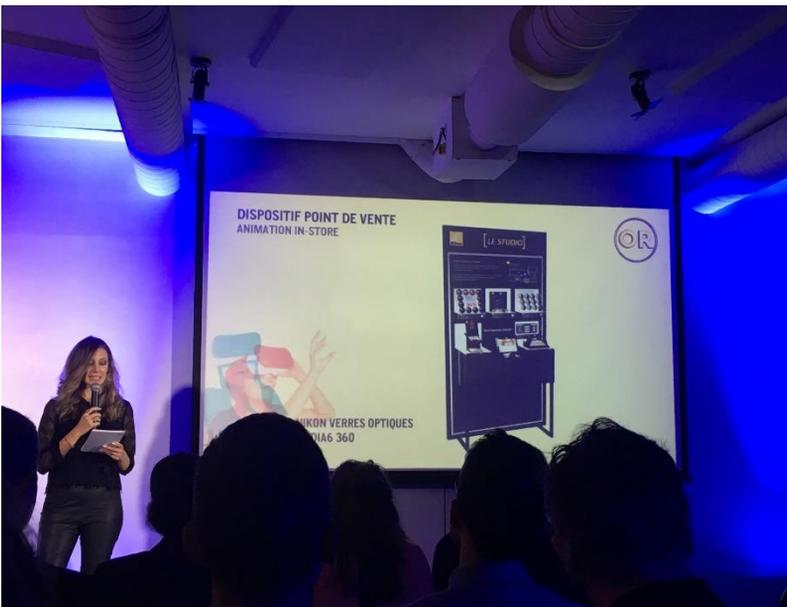
Comme lors du choix de sa monture, le consommateur peut aussi prendre part au choix des verres. Grâce au Studio, il comprend alors ce que le verre optique Nikon lui apportera en termes de qualité visuelle.

2. Faciliter la montée en gamme

Grâce au Studio, le consommateur peut choisir ce qu'il y a de mieux pour lui. Des verres progressifs dernière génération pour une vision optimisée en tout point du verre, un antireflet pour protéger ses yeux des rayons UV, de la lumière bleue, de la sensation d'éblouissement, etc.



Le Studio s'inscrit dans le programme Nikon Pro dédié à nos opticiens partenaires. Ceux-ci sont invités à contacter leur représentant commercial pour tout renseignement complémentaire.



À PROPOS DE NIKON VERRES OPTIQUES : Fondée en 1917, la compagnie se nomme d'abord Nippon Kogaku Kogyo. Kogaku signifie « optique ». Depuis toutes ces années, Nikon n'a cessé de capturer et travailler la lumière, et a ainsi bâti une marque de légende en optique. Aujourd'hui, Nikon avec son savoir-faire centenaire, est présent dans une multitude d'équipements de notre quotidien. Verres optiques, photographie, microscopes, télescopes, scanners médicaux, nano composants : l'innovation Nikon, c'est tout cela à la fois ! L'optique et le traitement de la lumière sont au coeur de ce savoir-faire. Chacune des avancées dans l'un de ces domaines bénéficie aux autres. C'est ainsi que Nikon a toujours su être à la pointe de la technologie. En 1946, les verres optiques furent les premiers produits commercialisés pour le grand public, 1 an avant le premier appareil photo NIKON.

Contact presse Serge Rodriguez – rodrigse@bbgr.fr – www.verresnikon.fr

(1) Drees, Analyses et estimations Estin & Co.