



## “Les outils fondamentaux de la reprise” par BBGR.

Comment assurer la protection de mes équipes et de mes clients ? Comment faire revenir mes clients en magasin ? Comment pallier la pénurie d'ordonnances ? Quels nouveaux modes de fonctionnement mettre en place au quotidien ?

Autant de questions que se posent nos partenaires opticiens et auxquelles les équipes de BBGR ont tenu à apporter une réponse.

*« Chez BBGR, nous sommes plus que jamais convaincus que pour faire face à ce nouveau « monde de distanciation » les réponses doivent s'articuler autour de la valeur fondamentale du lien humain et social. C'est la raison pour laquelle les solutions que nous proposons aux opticiens sont fondées sur les principes **d'empathie, d'écoute, de proximité et de personnalisation.***

*Les opticiens ne doivent pas perdre de vue qu'ils ont déjà en main le plus bel atout qui soit : à la fois acteur de santé et acteur de proximité, ils connaissent leurs clients, ils sont à l'écoute de leurs besoins, ils sont le visage familier qu'ils seront heureux de retrouver, l'expert en santé visuelle vers qui ils se tourneront pour prendre soin de leur vue. »*

**Prune Marre – Présidente de BBGR France**

Dans cette perspective, l'accompagnement que nous proposons aux opticiens prend donc en compte les **2 grandes thématiques** qui les préoccupent le plus :

### 1. Comment installer un climat de confiance et de protection dans le magasin d'optique ?

Cette première étape est essentielle car elle posera les bases pour la meilleure des reprises.

- Assurer la sécurité des équipes et celle des clients : **un kit de protection complet** est mis à disposition des magasins qui n'ont pas accès à ces solutions.
- Gérer les flux clients et mettre en place un protocole de vente adaptés, respectant la distanciation sociale. Nous proposons un **webinar sur les recommandations sanitaires** et les bonnes pratiques à instaurer pour faire fonctionner les magasins en toute sécurité.
- Respecter les distances de sécurité lors de la prise de mesure grâce à nos **solutions digitales sur tablette avec EyeMio ou sur colonne avec Expert 5 ou EyePartner.**
- Rassurer les consommateurs en communiquant sur les bonnes conditions de reprise. Les opticiens doivent les informer de la mise en place des consignes de sécurité dans le magasin et quand cela est possible de réguler l'affluence en proposant des prises de rendez-vous.

### **À propos de BBGR**

BBGR, c'est l'alliance au quotidien de l'exigence de nos équipes et d'une expertise technologique de pointe pour améliorer la vision et protéger les yeux. Nous travaillons à vos côtés pour toujours mieux répondre aux attentes de vos clients, avec des produits et services accessibles et innovants. Nous fabriquons et commercialisons en France les verres Nikon et BBGR Optique.

### **Contact presse**

Serge Rodriguez, [rodrigse@bbgr.fr](mailto:rodrigse@bbgr.fr)



**Pour nos partenaires Nikon Pro**, dans le cadre du Programme spécifique auquel ils ont accès, un **pack communication de reprise** est proposé et comprend :

- 1/ un **pack SMS** pour, entre autre, informer de la réouverture dans le strict respect des consignes de sécurité
- 2/ **une plate-forme de rendez-vous en ligne**, sur laquelle les opticiens auront entièrement la main, permettant de mieux réguler les flux en magasin et proposer ainsi une expérience rassurante (moins de personnes en magasin, pas de temps d'attente, etc.).

## 2. Quels moyens pour accélérer la reprise ?

En tant que partenaire des opticiens, notre mission est plus que jamais de les aider à surmonter 2020 et les accompagner sur le long-terme pour aborder 2021 encore plus forts.

- En apportant **une offre de valeur gagnante** pour générer du **trafic magasin**, maximiser le **taux de conversion** et développer le **panier moyen**.
- En les accompagnant dans la communication auprès de leurs clients et sur les bons réflexes à adopter grâce à un webinar pour « **garder le contact avec ses clients** » :
  - **avec du contenu à valeur ajoutée** en termes de prévention et de sensibilisation dans le domaine de la santé visuelle afin de préparer le retour en magasin,
  - mais également **des rappels ou informations utiles** au redémarrage de l'activité comme notamment sur **la validité des ordonnances**.  
Informations à diffuser largement à commencer par nos propres réseaux sociaux.

**Pour nos partenaires Nikon Pro**, dans le cadre du Programme spécifique auquel ils ont accès, nous mettons à disposition des **packs de création de trafic, digitaux ou mailing** leur permettant de **cibler** leurs clients en fonction de leurs besoins visuels en matière de renouvellement d'équipement et de leurs attentes en termes de valeurs ajoutées (protection...)

- En misant sur l'**innovation** qui permettra de se différencier auprès des clients. Deux innovations majeures trouveront ainsi leur place dans notre nouveau catalogue du 2 juin : Transitions Gen8 et Pure Blue UV sur la marque Nikon.