



## Ce qui influence la vente des montures

Le comportement du porteur de lunettes est façonné par les hypermarchés et les autres types de commerces. Confronté à une offre très riche, il arbitre entre lunettes et vacances, lunettes ou canapé... Que croyez vous qu'il choisisse ?

Dans l'optique, certains facteurs sont des accélérateurs :

- des offres correspondent aux réalités de la vie quotidienne du porteur ;
- une sensibilité grandissante à sa santé et à sa sécurité ;
- une couverture santé complémentaire importante.

Néanmoins, les arguments des opticiens doivent évoluer avec les attentes des consommateurs. L'argumentation sera mieux comprise, mieux retenue et se traduira dans les faits par de meilleures ventes si elle est orientée vers le bénéfice immédiat : "Qu'apporte ce produit, immédiatement, à mon client ?".

4 éléments déterminent le choix de vos clients

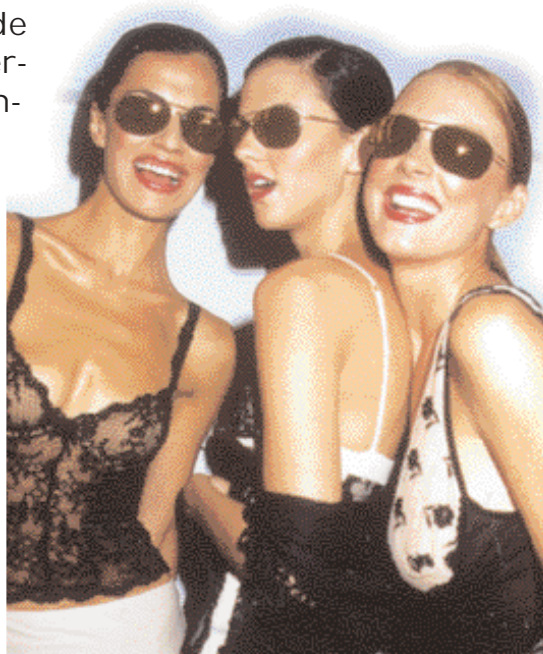
- 1 - L'**allure** et le style que leur donne leur paire de lunettes ;
- 2 - Le **confort** qu'elle leur procure ;
- 3 - Le **prix** qu'elle leur coûte ;
- 4 - L'image de la **marque** ou de la griffe.

Faite fondre la glace en début de vente pour connaître leurs thèmes de prédilection. Pour pouvoir cerner les attentes des porteurs et connaître le thème dominant pour leur prise de décision, l'entretien de vente doit les mettre en confiance. Il y a deux types de clients :

- celui qui tend son ordonnance et celui qui rentre en regardant les lunettes.

Pour le premier, proposez-lui de s'asseoir, offre-lui une boisson et prenez quelques minutes pour discuter avec lui. Pour le second, le dialogue s'établira d'une façon plus subtile au cours du choix de la monture.

Dans les deux cas, le dialogue passe par des questions très ouvertes portant sur les quatre éléments évoqués dans le précédent paragraphe. Et n'oubliez pas de demander les activités de votre client !



*Même un client peu argé peut succomber à une monture lui permettant de paraître physiquement en forme. Selon l'observateur Cetelem, la recherche d'un produit qui donne l'allure d'une bonne santé fait partie des attentes majeures. Ici, deux montures dégagant de la joie de vivre (Silhouette) et du bien-être par des formes et couleurs festives (Zenka, série limitée Graffika).*



Les trois entonnoirs de l'entretien

1 - **Partez du client** et allez vers le produit (et non l'inverse) : les habitudes du client, son travail, ses sports favoris...

2 - **Faites référence au passé du client** pour l'aider à bâtir son futur : quelle était sa précédente paire de lunettes, que lui a dit son entourage, quelle seraient ses lunettes idéales ?

3 - **Désactivez les blocages** : les lunettes vieillissent la personne, ne sont pas confortables et coûtent cher ? Prouvez le contraire avec des montures dont la valeur ajoutée est évidente : titane, design original, coloris inhabituels...

Prochain article :  
Ce qui influence la vente des verres