



**INSTITUT
ET CENTRE
D'OPTOMÉTRIE**
INTERNATIONAL COLLEGE
OF OPTOMETRY



Article paru en Mars 2011 dans

Bien Vu

MENSUEL PRATIQUE ET INTERACTIF DE L'OPTIQUE

Formation professionnelle ICO : Où se former ?

Mes Clients | *Visagisme*

VENDEZ-LEUR DES LUNETTES QUI LEUR VONT!

Les porteurs attendent des conseils sur le choix de leur monture. Répondre de façon pertinente à leurs attentes est le meilleur moyen de gagner leur confiance pour la suite de la vente. Formez-vous pour mieux les conseiller.

90%
des clients recherchent
des conseils esthétiques
sur le choix de leurs
lunettes

47%
des consommateurs
consultent plusieurs
magasins avant d'être
convaincus par une
monture

38%
seulement des
porteurs se sont vus
proposer une monture
spontanément par
leur opticien

Baromètre Bien Vu Gallileo
Consulting 2010

« **L**a vente des verres est trop sophistiquée pour un client dont le jugement se focalisera sur ce qui est tangible : vos conseils sur la monture », assure Claude Guérin, opticien et fondateur du centre de formation Optomorph. Des conseils pertinents fonderont une relation de confiance essentielle pour l'ensemble de la vente.

Face à un client indécis, le formateur conseille de s'attarder sur l'écart pupillaire, qui définit la grandeur du calibre du verre, et la position du tenon. « Un grand verre avec un petit écart pupillaire donne l'impression que le porteur louche. En fonction des formes de son visage, de la ligne des pommettes et des sourcils, l'opticien peut entamer

une démarche géométrique structurée. » Seuls trois modèles seront présentés, puis cinq quand les choix sont plus affinés et validés par le client. Le choix de la monture ne devant pas dépasser un quart d'heure.

Miroir, mon beau miroir

« La couleur n'a aucun rapport avec l'âge ou le sexe du client. Le secret est de chercher à donner un teint ambré, et surtout pas « rougeot », grâce au reflet de la couleur de la monture sur la peau. » Les lunettes mauves, violettes ou rouges fournissent régulièrement de bons résultats, au contraire de l'écaïlle qui peut donner un teint jaunâtre. Miser sur une couleur complémentaire à celle des yeux permet aussi de faire ressortir le regard.

L'étape du miroir est primordiale. « Sans insister, l'opticien souligne ce que le porteur doit observer quand il se regarde. Le but n'est pas de vendre la monture la plus audacieuse possible mais de rechercher l'harmonie. L'intégration du modèle et pas le déguisement. »

Où se former

- ▶ Institut et centre d'optométrie de Bures-sur-Yvette (Essonne)
- ▶ Optomorph à Annecy (Haute-Savoie)
- ▶ IES Institut à Montauban (Tarn-et-Garonne)
- ▶ Visagisme Total Look à Plabennec (Finistère)



Marie Legrand et Adeline Plantier, qui ont suivi un stage de visagisme dispensé par l'ICO, en compagnie de Nicolas et François Hahn

NICOLAS HAHN, OPTIQUE HAHN
À PORTES-LÈS-VALENCE (DRÔME)

« Enfin des arguments objectifs ! »

« Deux de mes collaboratrices ont participé au stage « Visagisme et colorisme » dispensé par l'ICO. Elles partent désormais d'observations objectives pour donner un aspect beaucoup plus technique à la vente. Les formes ovales et hexagonales ont progressé, ainsi que les teintes rouge, bronze et

caramel, au détriment du noir. Auparavant, nous avions du mal à convaincre les consommateurs et proposons des essais de quelques jours ou la possibilité de revenir accompagné. Aujourd'hui, nous disposons d'arguments objectifs pour trancher. Le gain de temps est significatif. Il est en moyenne de quinze minutes par vente. »