

GUIDE

Moins de lunettes, mieux
sélectionnées : la stratégie
gagnante pour l'optique moderne



LE POINT DE VUE D'ALICE - 2025

SOMMAIRE

1- Introduction	p.3
2- Comprendre l'évolution des attentes des consommateurs	p.4
3- Les limites d'un assortiment trop large	p.5
4- Les avantages d'une sélection ciblée	p.6
5- Stratégies concrètes pour optimiser votre offre	p.7
6- Témoignage	p.8
7- Conclusion et ... action !	p.9

1- Introduction

Contexte :

L'univers de l'optique évolue rapidement. Les clients d'aujourd'hui ne veulent plus se perdre dans des rayons surchargés ; ils recherchent une expérience d'achat simplifiée et personnalisée.

Objectif du guide :

Ce guide vous explique pourquoi et comment réduire la quantité de modèles proposés pour mieux répondre aux attentes actuelles, augmenter la satisfaction client et améliorer vos taux de conversion.





2- Comprendre l'évolution des attentes des consommateurs

A. Un marché en mutation

- *Digitalisation et comparaison en ligne* : les clients se renseignent largement sur internet et comparent les offres avant de se rendre en magasin. Ils sont donc plus informés et recherchent une offre qualitative.
- *Expérience client au centre des préoccupations* : l'expérience en magasin doit être fluide et orientée vers l'aide à la décision. Un choix trop vaste peut créer de la confusion et de la frustration.

B. La psychologie de la décision

- *L'effet paradoxal du choix* : trop d'options peuvent paralyser le consommateur et nuire à la prise de décision.
- *La recherche de simplicité et de qualité* : les consommateurs privilégient désormais la qualité et la pertinence des produits, plutôt que la quantité.

3- Les limites d'un assortiment trop large

A. Impact sur l'expérience client

- *Difficulté à se repérer* : un grand nombre de modèles rend le parcours d'achat complexe et peut décourager l'initiative d'achat.
- *Temps d'aide et de conseil accrus* : les conseillers doivent passer plus de temps à guider le client, ce qui peut impacter la productivité.

B. Impact sur la gestion des stocks

- *Risque d'invendus* : une offre trop étendue augmente les risques de surstockage et de produits obsolètes.
- *Complexité logistique* : la gestion d'un grand assortiment demande des efforts supplémentaires en termes de logistique et de réassort.





4- Les avantages d'une sélection ciblée

A. Optimisation de l'expérience client

- *Décision facilitée* : proposer une gamme réduite, mais soigneusement sélectionnée, aide le client à trouver plus facilement le produit qui correspond à ses besoins.
- *Valorisation du conseil professionnel* : les opticiens deviennent de véritables experts qui recommandent les meilleures options, renforçant ainsi la relation de confiance.

B. Amélioration de la performance commerciale

- *Taux de conversion en hausse* : une offre simplifiée permet de mieux orienter les clients et d'augmenter les ventes.
- *Rationalisation des coûts* : une gestion d'inventaire plus efficace et une réduction des invendus contribuent à une meilleure rentabilité.

5- Stratégies concrètes pour optimiser votre offre

A. Analyse de votre assortiment actuel

- *Identifier les best-sellers et les moins performants* : utilisez vos données de vente pour repérer quels modèles séduisent réellement vos clients.
- *Étudier les retours clients* : recueillez des feedbacks (questionnaires, avis, réseaux sociaux) pour comprendre ce qui fonctionne et ce qui peut être amélioré.

B. Redéfinir vos critères de sélection

- *Qualité avant quantité* : choisissez des lunettes qui se démarquent par leur design, leur technologie ou leur confort.
- *Cohérence de l'offre* : assurez-vous que les modèles proposés répondent à une ligne directrice cohérente, facilitant ainsi le discours commercial.

C. Mettre en place des tests

- *Piloter une offre réduite sur une période donnée* : expérimentez avec un assortiment allégé dans un ou plusieurs points de vente pour mesurer l'impact sur les ventes et la satisfaction client.
- *Suivi et ajustement* : analysez les résultats et ajustez votre offre en fonction des retours d'expérience.





6- Témoignage de Jocelyne

A 44 ans, j'ai pour la première fois besoin de lunettes pour voir de près. C'est un cap et je n'avais aucun idée de ce qui pourrait m'aller... Je suis d'abord allée dans une chaîne d'optique. A l'issue, j'étais encore plus perdue... Et puis, j'ai pris RDV chez Alice. Un vrai temps pour soi, dans un endroit charmant. 1h30 de conseils, de bienveillance, de sourires, de mise en confiance, d'écoute... et un large choix où l'on sent que chaque monture est sélectionnée avec soin. Après simplement une dizaine d'essais, Alice me tend une monture... et là, le coup de cœur, une évidence. Alors que j'appréhendais de porter des lunettes, il me tarde à présent qu'elles soient prêtes et sur mon nez. Merci beaucoup Alice et à très bientôt !

7- Conclusion et ... Action !

Adopter une stratégie de « moins mais mieux » vous permettra de répondre efficacement aux attentes des clients d'aujourd'hui tout en améliorant votre rentabilité.

- « Essayez de repenser votre assortiment sur un segment pilote et partagez vos résultats. »
- Contactez moi pour un accompagnement personnalisé ou pour échanger sur vos premières impressions.



LE POINT DE VUE D'ALICE - 2025

Moins de lunettes, mieux sélectionnées :
la stratégie gagnante pour l'optique moderne

Le Point de Vue d'Alice

Le prieuré de Locmaria – 29900 Quimper
1 rue du chanoine Moreau

Alice MIGNEN

06 62 27 75 85

Mail

alice@lepointdevuedalice.com

Instagram

Site
