

**CARNET DE
BORD POUR
ENTREPRENEUR
ENTHOUSIASTE
INDÉPENDANT**

LUZ

les indépendants s'y retrouvent



LUZ
VOUS
ACCOMPAGNE
POUR ÉCRIRE
LES PLUS BELLES
PAGES DE
VOTRE SUCCÈS

AVANT-PROPOS

Bienvenue à bord... de votre carnet de bord !

Ce carnet de bord a été conçu pour vous apporter des méthodologies, conseils, pensées inspirantes, outils pratiques... dans le but de vous accompagner dans l'exercice de votre activité d'entrepreneur indépendant.

Parcourez-le tranquillement. Lancez-vous dans les exercices, questionnez-vous, puisez dans nos astuces, prenez des notes, écrivez les bonnes idées qui vous traversent l'esprit, adoptez de nouveaux réflexes ou bonnes habitudes.

Enrichissant et pratique, il vous rappellera chaque jour que LUZ est toujours à vos côtés pour vous aider à progresser et à vous épanouir dans votre métier.



LES 7 PILIERS DE LA RÉUSSITE

Êtes vous incollable
sur tous les chapitres ?

1

**J'ADOpte UN ÉTAT
D'ESPRIT OPTIMISTE**

2

**J'APPRENDS À ME CONNAÎTRE
ET MIEUX CERNER MON MARCHÉ**

3

**JE DÉTERMINE LE BON POSITIONNEMENT
POUR MON POINT DE VENTE**

4

**JE CULTIVE LA PERFORMANCE
À TOUS LES NIVEAUX**

5

**JE DÉVELOPPE LE POTENTIEL DE SÉDUCTION
DE MON POINT DE VENTE**

6

J'ENTRETIENS MES RELATIONS LOCALES

7

**JE TROUVE TOUS LES MOYENS DE RESTER
AU SOMMET DE MA MOTIVATION**

NOTES

A large grid of small dots for taking notes, consisting of 20 columns and 30 rows.

#1

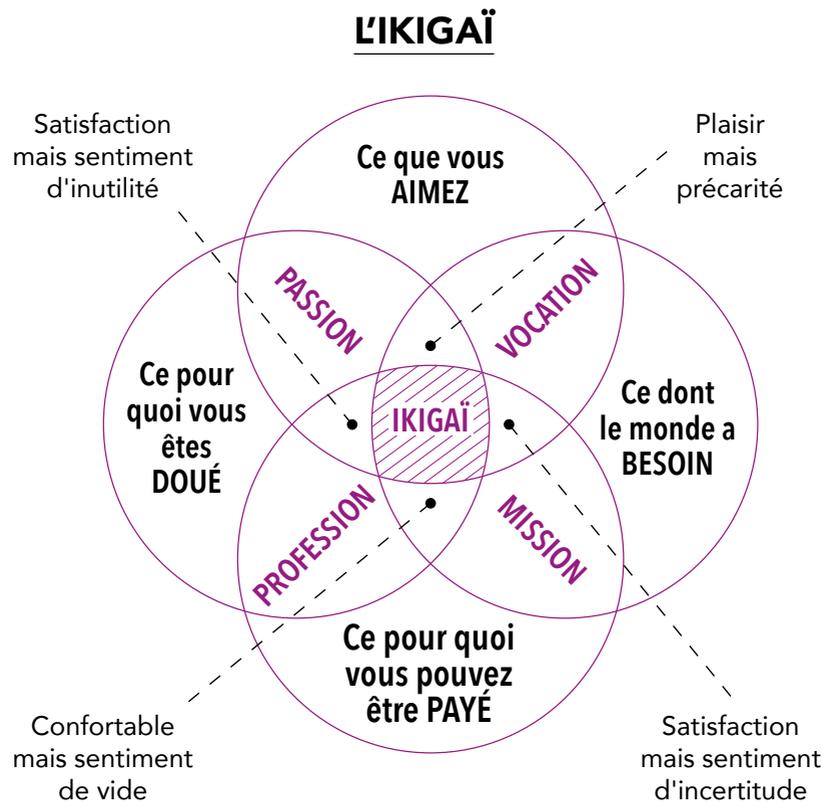
**J'ADOpte
UN ÉTAT
D'ESPRIT
OPTIMISTE**

TROUVEZ VOTRE ÉQUILIBRE GRÂCE À L'IKIGAI

Une philosophie qui vient du pays du soleil levant

L'ikigai une philosophie de vie qui peut facilement éclairer et guider le parcours de l'entrepreneur. Le terme « iki » signifie « vie » et la syllabe « gai » se traduit par « qui vaut la peine ».

Définir son Ikigai consiste donc à donner un sens à sa vie et à trouver un meilleur équilibre, une raison d'être heureux et la motivation de se lever chaque matin pour faire prospérer ses affaires.



Tout est dans la tête !

La vie d'entrepreneur n'est pas toujours de tout repos. Elle nécessite de se doter d'un bon mental et d'un bon état d'esprit, enthousiaste et sincère. Pour trouver votre Ikigai, commencez par vous poser 4 questions fondamentales en allant puiser les réponses au plus profond de vous.

CE QUE J'AIME FAIRE :

CE EN QUOI JE SUIS DOUÉ :

CE DONT LE MONDE A BESOIN ET COMMENT JE PEUX Y CONTRIBUER :

CE POUR QUOI JE PEUX ÊTRE RÉMUNÉRÉ :

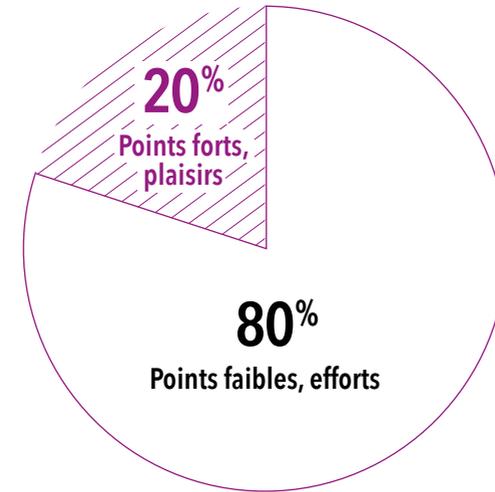
L'objectif est de trouver l'harmonie, le bon équilibre entre ces 4 composantes pour concilier à la fois plaisir, talent, mission de vie et revenus.

À méditer... **POUR AVOIR DU TALENT, IL FAUT ÊTRE CONVAINCU QU'ON EN POSSÈDE !**



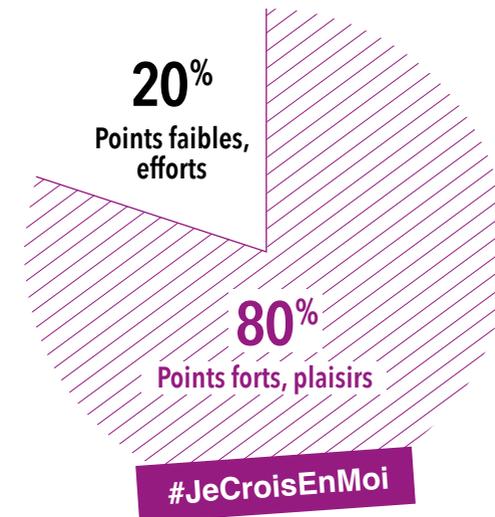
Si vous cherchez **VOS INSUFFISANCES ET VOS POINTS FAIBLES**, vous les trouverez et **VOUS VOUS LIMITEREZ**

Les gens laborieux se focalisent généralement sur



Si vous cherchez **VOS RESSOURCES ET VOS POINTS FORTS**, vous les trouverez et **VOUS AVANCEREZ**

Les gens performants se focalisent généralement sur



”

3 CLÉS POUR VIVRE (ET TRAVAILLER) POSITIVEMENT



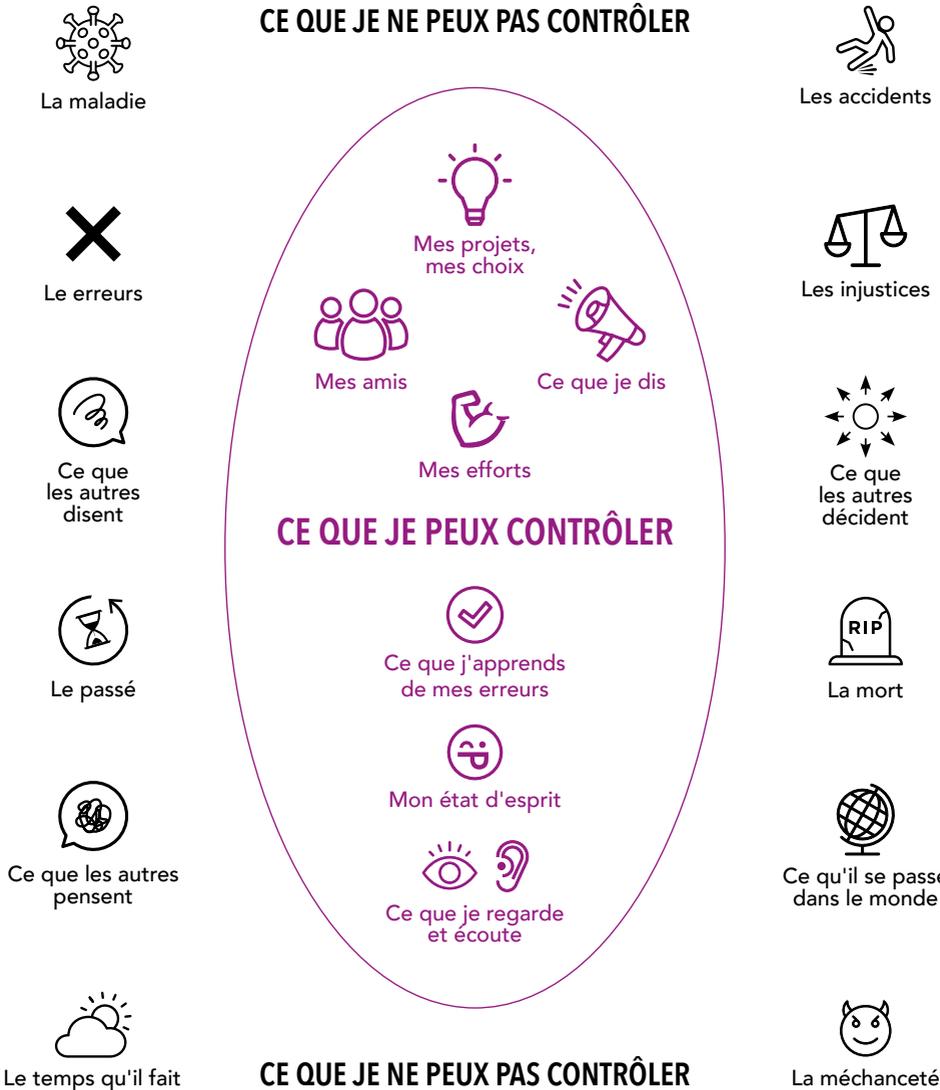
Quand on pense
NÉGATIVEMENT,
on trouve des
problèmes partout



Quand on pense
POSITIVEMENT,
on trouve
des solutions à tout

CLÉ N°3

Faire le pari du possible et se concentrer sur ses marges de manoeuvre.



SELF-CONTROL

3 TYPES DE RÉACTION
POUR FAIRE FACE
À CE QUI VOUS ARRIVE



1 CE QUI DÉPEND DE MOI ET OÙ JE PEUX AGIR :

↑
J'agis

2 CE QUI NE DÉPEND PAS DE MOI MAIS QUE JE PEUX INFLUENCER

↑
J'influence

3 CE QUI NE DÉPEND PAS DE MOI ET QUE JE NE PEUX PAS INFLUENCER

↑
Je lâche prise

NOTES

A large grid of small dots for taking notes, consisting of 20 columns and 30 rows.

#2

**J'APPRENDS
À ME
CONNAÎTRE
ET MIEUX
CERNER MON
MARCHÉ**

**SWOT 4 lettres pour 1 méthode,
AVIS À TOUS LES AMATEURS DE MATRICE !**

[SWOT]

Acronyme anglais qui renvoie à 4 termes :



Quand utiliser cet outil de décision stratégique ?

- Si vous avez un projet de création de nouveau magasin optique ou centre d'audition
- Dans le cadre d'une éventuelle transmission ou reprise de l'entreprise
- Au cours de la vie de votre entreprise pour redéfinir la stratégie globale



FORCES :

EXEMPLES
Emplacement,
Stationnement gratuit,
Surface de vente, SAV,
Qualité de services

FAIBLESSES :

EXEMPLES
Manque de personnalité,
Identité mal maîtrisée, Pas de vitrine,
Ne connaît pas mes prescripteurs,
Mauvaise gestion (stock, RH...)

OPPORTUNITÉS :

EXEMPLES
Proximité d'une maison de retraite,
Construction d'un nouveau quartier,
Marché général en croissance, Intégration
des facteurs environnementaux

MENACES :

EXEMPLES
Forte concurrence, Croissance
de la vente en ligne,
Restructuration
des réseaux de soin

VOUS AVEZ ANALYSÉ VOS CONCURRENTS ?

C'est le moment de vous comparer.
Faites le point sur les meilleures et les pires idées
rencontrées chez les autres.



LES MEILLEURES IDÉES DES AUTRES

#Jadapte&Japplique



LES PIRES IDÉES DES AUTRES

LE POUVOIR

DES MOTS

pour Entrepreneur Enthousiaste Indépendant

LES EXPRESSIONS À BANNIR ABSOLUMENT

Puisque vous recherchez avant tout la satisfaction de votre client, accordez-lui toute l'importance qu'il mérite et surtout évitez l'usage de certains mots qui peuvent « blesser », être porteurs de doutes et laisser votre client dans le vague. Dans le discours commercial et pour véhiculer la qualité de vos services, le choix des bons mots est déterminant. Préférez un discours plus positif qui montre tout votre engagement.



Non, c'est impossible

Ce n'est pas vrai

Je ne vois pas ce que je peux faire

C'est votre faute

Je vais essayer

Vous ne m'avez pas compris

Pour être honnête avec vous

Je ne sais pas, cela dépend

Je présume



Nous allons trouver une solution

Je vais revérifier

À mon sens il s'agit plus de...

La prochaine fois je vous recommande

Je m'en occupe

Je me suis mal exprimé

Vous pouvez compter sur moi

Je m'en occupe personnellement

Je comprends tout à fait

LUZ

les indépendants s'y retrouvent



LA FORCE EST AVEC VOUS !

À partir de l'analyse de vos concurrents, qu'ils soient indépendants ou non, établissez votre classement en leur donnant de bonnes ou mauvaises notes.

#LaGuerreDesÉtoiles

MAGASIN OPTIQUE / CENTRE AUDIO	QUALITÉ DE L'OFFRE	NOTORIÉTÉ	POSITIONNEMENT PRIX	TOTAL ÉTOILES
1 _____				___ / 15
2 _____				___ / 15
3 _____				___ / 15
4 _____				___ / 15
5 _____				___ / 15
6 _____				___ / 15
7 _____				___ / 15
8 _____				___ / 15
9 _____				___ / 15
10 _____				___ / 15

NOTES

A large grid of small dots for taking notes, consisting of 20 columns and 30 rows.

#3

**JE DÉTERMINE
LE BON
POSITION-
NEMENT POUR
MON POINT
DE VENTE**

NOTES

Grid of dots for taking notes.

RÉVÉLEZ VOTRE DIFFÉRENCE

Afin de faire apparaître ce qui vous rend unique sur votre marché et par rapport à vos concurrents présents sur votre zone de chalandise, remplissez ce tableau et faites apparaître vos points différenciants.

	EXEMPLES	À vous de compléter !
BASIQUE Ce que la majorité des points de vente revendiquent, tout comme moi	Test de vue SAV Visite de contrôle	
DIFFÉRENCIANT Ce que 3 points de vente seulement peuvent revendiquer	Facilité de paiement en 3X sans frais Spécialiste des équipements personnalisés Programme de fidélité	
UNIQUE Ce que seul mon point de vente peut revendiquer	Spécialisation basse vision Expert de l'audition enfant	

”

**SPÉCIALISEZ-VOUS
AVEC UNE
EXPERTISE MÉTIER**
qui vous distingue



5 AVANTAGES

#1

Vous renforcez votre expertise en santé visuelle / auditive.

#2

Vous vous démarquez localement de vos concurrents.

#3

Vous élargissez votre clientèle et développez votre potentiel de vente.

#4

Vous augmentez votre rentabilité avec des produits à marge optimisée.

#5

Vous nouez des liens privilégiés avec vos prescripteurs / professionnels de santé.



LE SAVIEZ-VOUS ?

LUZ propose 3 spécialités métier dans l'optique pour renforcer votre différenciation :
OptiKid, Les Lunetiers Sportifs, Un Dixième+.

Pour l'audition, vous pouvez choisir de rejoindre le réseau national **Audition Conseil** ou adopter le concept **iLobe**.



LE POUVOIR

DE LA VOIX

pour Entrepreneur Enthousiaste Indépendant

LES 5 COMMANDEMENTS D'UN BON ACCUEIL TÉLÉPHONIQUE

Lorsqu'un client ou prospect vous appelle, ce n'est pas un hasard. Il fait une démarche active envers vous afin d'obtenir des informations, des conseils ou de prendre un rendez-vous. **Alors une seule chose compte : ne pas rater ce qui constitue parfois le premier contact entre cette personne et vous.** Il en va de l'image de votre magasin / centre et de la perception de votre professionnalisme.

SOURIRE : Eh bien oui, même au téléphone le sourire s'entend. Il faut donc décrocher en prenant soin de sourire pour rendre le contact agréable et montrer que vous êtes déjà dans « l'écoute ».

PRÉSENTATION : L'idéal est d'annoncer le nom de votre magasin / centre, votre prénom et votre nom, le tout suivi d'une formule de politesse comme « Bonjour, que puis-je faire pour vous ? ».

CONCENTRATION : Même si vous êtes débordé(e), la règle est déjà de ne pas parler trop vite. Concentrez-vous ensuite sur la conversation pour bien comprendre la demande de votre interlocuteur.

RÉACTIVITÉ : Si vous n'avez pas la réponse, ne faites pas attendre votre client. Proposez-lui « avec plaisir » de le rappeler dans la journée en prenant soin de bien noter son nom, ses coordonnées et le motif de son appel.

CONGÉ : Afin de montrer votre implication et votre sens du service, attentif et individualisé, saluez votre interlocuteur par son nom et évitez toujours de raccrocher en premier pour le laisser sur sa bonne impression.



HELLO

BONJOUR

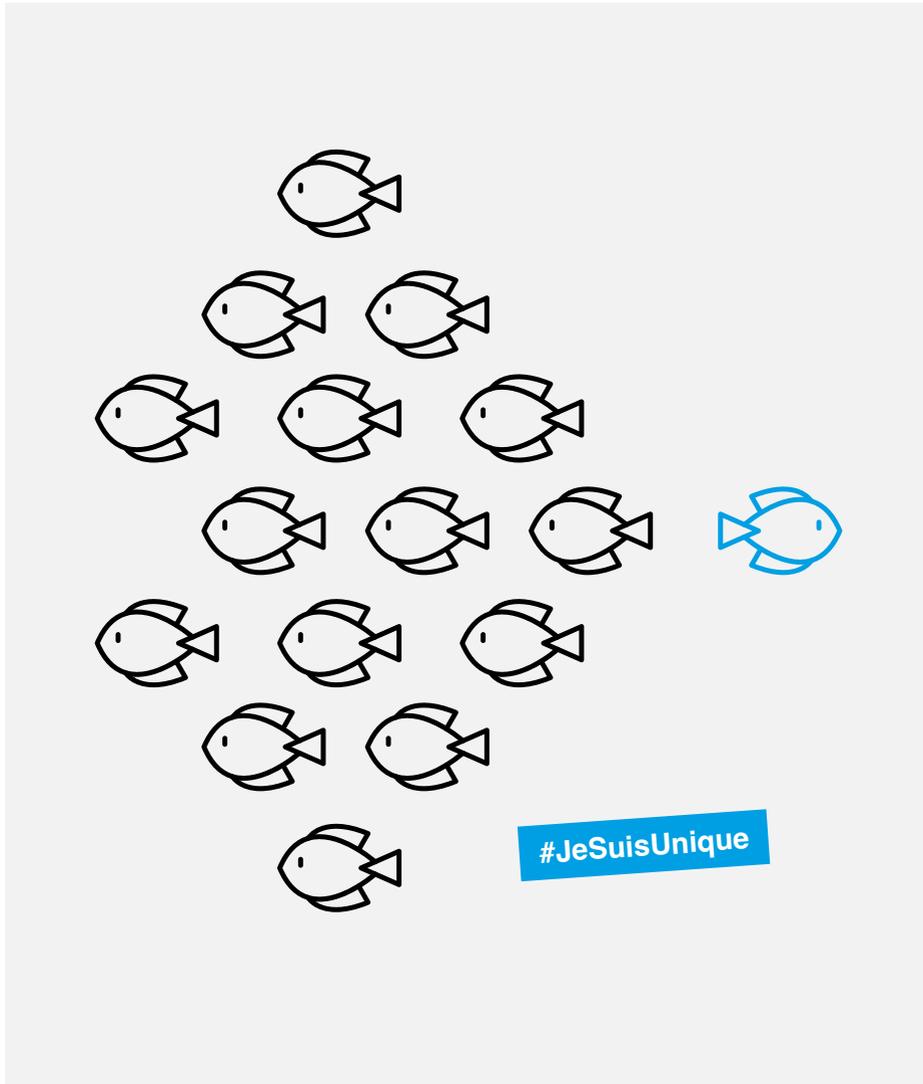
LUZ
les indépendants s'y retrouvent



PLONGEZ DANS « L'OCEAN BLEU »

C'est si bon parfois d'aller à contre-courant...

La stratégie « océan bleu » consiste à vous créer un espace de marché vierge de toute concurrence. Cette méthode vous offre la perspective de bénéficier d'une belle croissance. La stratégie se base sur la différenciation de votre offre.



J'EXCLUS :

EXEMPLE
Les réseaux de soins...

J'ATTÈNE :

EXEMPLE
Les opérations promotionnelles...

JE RENFORCE :

EXEMPLES
Mon SAV, le design de mon magasin...

JE CRÉE :

EXEMPLES
Des produits écologiques, un e.shop...

NOTES

A large grid of small dots for taking notes, consisting of 20 columns and 30 rows.

#4

**JE CULTIVE LA
PERFORMANCE
À TOUS
LES NIVEAUX**

CONSTRUISEZ VOTRE POLITIQUE COMMERCIALE

Les 7 facteurs clés à prendre en considération et les exemples de questions à vous poser.

	VOTRE ENVIRONNEMENT	VOS CLIENTS	VOS CONCURRENTS	VOS APORTEURS D'AFFAIRES	VOS PRESCRIPTEURS	VOTRE ÉQUIPE MAGASIN	VOS FOURNISSEURS
Connaître sa zone de chalandise	<ul style="list-style-type: none"> Où se situe mon magasin? Quel est le potentiel de développement ? Quelle est ma part de marché locale ? ... 	<ul style="list-style-type: none"> Qui sont mes clients potentiels ? Leurs revenus ? Leurs âges ? ... 	<ul style="list-style-type: none"> Combien et où sont-ils ? Quelle est leur politique commerciale, leur offre, leur tarif,... ? ... 	<ul style="list-style-type: none"> Quel est mon réseau local : Commerçants ? Entreprises / CE ? Clubs Sportifs ? ... 	<ul style="list-style-type: none"> Combien et où sont-ils ? Cabinets et pôles médicaux? Quel potentiel relationnel ? ... 	<ul style="list-style-type: none"> Quels profils (diplômés, managers, techniciens,...) Quel potentiel à développer (futur associé, autonomie...)? ... 	<ul style="list-style-type: none"> Où sont-ils référencés? Quels fabricants verriers? Quelle est leur part de marché locale ? ...
Comment construire son offre produits ?	<ul style="list-style-type: none"> Comment rendre visible l'offre ? Quelle image je souhaite donner à mon magasin ? ... 	<ul style="list-style-type: none"> Quelles marques sont incontournables? Quels styles ? Quels prix ? Quelles niches à exploiter ? Sensibilité "Made in France" ? ... 	<ul style="list-style-type: none"> Quels axes de différenciation ? Offre produits ? Fournisseurs ? Prix ? Services ? Puis-je contrer mes concurrents ? ... 	<ul style="list-style-type: none"> Quelles sont les attentes en local (CE, associations,...) ? Quelles offres répondent à leurs besoins ? ... 	<ul style="list-style-type: none"> Quelles relations veulent-ils entretenir ? Quels besoins d'infos ? Sensibilité spécialisations "OptiKid, Un Dixième+, Les Lunetiers Sportifs" ? ... 	<ul style="list-style-type: none"> Comment informer et former les collaborateurs à la politique commerciale ? Quel discours pour un ancien/nouveau client ? ... 	<ul style="list-style-type: none"> Quelle est la notoriété locale des fournisseurs ? Sont-ils incontournables ? (ex : fabricants lunetiers dans le Jura) L'offre produits correspond-elle au positionnement souhaité ? ...
Comment mettre en œuvre sa politique commerciale ?	<ul style="list-style-type: none"> Adapter les meilleurs vecteurs de communication à ma zone et à mon emplacement Renforcer mon influence sur le digital ... 	<ul style="list-style-type: none"> Respecter la règle du 80-20 : 80% de produits incontournables et 20% de spécifiques Mettre en place un parcours client adapté Analyser ses clients ... 	<ul style="list-style-type: none"> Effectuer une veille concurrentielle (visite mystère, relevé de prix,...) ... 	<ul style="list-style-type: none"> Démarcher, avoir une présence physique sur les événements locaux Créer des offres de partenariat ... 	<ul style="list-style-type: none"> Avoir une spécialisation métier Utiliser l'association TEVA* comme élément de prise de contact ... <p>* Tous Ensemble pour la Vision et l'Audition</p>	<ul style="list-style-type: none"> Formation (produits, technique, relation client...) Utiliser les outils de management (réunions mensuelles, entretiens annuels...) ... 	<ul style="list-style-type: none"> Choisir ses achats en conséquence Massifier pour augmenter sa rentabilité ...

BESOIN D'AIDE ?
Contactez votre Responsable Régional LUZ

10 CONSEILS POUR GARDER UNE LONGUEUR D'AVANCE SUR VOS CONCURRENTS

”
**GARDEZ
 UNE LONGUEUR
 D'AVANCE**
 sur vos concurrents



✓	Définissez votre stratégie commerciale et tenez-vous y	PENDANT QUE VOS CONCURRENTS	avancent à l'aveuglette	✗
✓	Intéressez-vous à votre marché local		cherchent à devenir « les rois du monde »	✗
✓	Spécialisez-vous sur des expertises « métier » à forte valeur ajoutée		restent des multi-généralistes	✗
✓	Ayez un positionnement très clair et compréhensible par vos clients (et vos équipes) ; travaillez votre MARQUE		se positionnent sur tous les créneaux	✗
✓	Travaillez et qualifiez votre parcours clients (magasin, digital, expertise, expérience Client, etc)		jouent les "vendeurs de lunettes / de prothèses auditives"	✗
✓	Donnez la priorité à vos clients et à leurs réelles attentes		ignorent souvent leurs besoins	✗
✓	Faites de votre point de vente un lieu de vie		alignent les montures et les équipements audio	✗
✓	Animez régulièrement vos vitrines avec des visuels uniques qui vous démarquent		collectionnent les PLV fournisseurs en vitrines	✗
✓	Achetez vos produits en fonction de votre positionnement, du marché local et des attentes de vos clients		font plaisir à leurs fournisseurs, commandent au premier représentant venu	✗
✓	Analysez régulièrement vos ventes et vos stocks afin d'améliorer vos achats et optimiser votre gestion		agissent au jour le jour sans analyser les ventes	✗

NOTES

A large grid of dots for taking notes.

Pas vu, pas pris... LES 6 COMMANDEMENTS D'UN MERCHANDISING INTÉRIEUR EFFICACE



LE POUVOIR

DES FLEURS

pour Entrepreneur Enthousiaste Indépendant

« DITES-LE AVEC DES FLEURS »

Vous aimez vos clients, vos collaborateurs, votre famille... alors dites-le simplement avec des fleurs. **Elles ont cet incroyable talent de nous rendre plus sociables, de nous apaiser, d'activer nos émotions positives, tout en améliorant nos performances.**

LES FLEURS DU BIEN

Outre leur rôle décoratif, les fleurs (comme les plantes en général) contribuent à améliorer le bien-être au travail et à nous mettre de bonne humeur. Grâce à un joli bouquet, l'ambiance est tout de suite plus chaleureuse, apportant une touche végétale dans notre monde si minéral. Cerise sur le gâteau, leur présence à l'accueil, sur un bureau ou sur le comptoir de votre magasin valorise votre image, met en avant votre sensibilité et de fait votre capacité d'écoute. Eh oui, c'est bien connu, les fleurs vous permettent d'envoyer des messages !

ALORS LÀ, C'EST LE BOUQUET !

Une fois par semaine, vous pouvez décider d'aller chez votre voisin, le fleuriste du quartier, afin de vous faire concocter un joli bouquet, soit en harmonie avec les teintes dominantes de votre magasin, soit avec des couleurs qui contrastent fortement avec les lieux. Pour apporter une touche de vie naturelle à votre boutique, des plantes à floraison prolongée constituent également une belle alternative.

ASTUCE :

Il existe des formules d'abonnement avec certains fleuristes, pensez-y !

LUZ
les indépendants s'y retrouvent
■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■



NOTES

A large grid of dots for taking notes.

Il y a un temps pour tout ! **APPRENEZ À MIEUX GÉRER VOS TÂCHES QUOTIDIENNES**



#JePriorise	URGENT	PAS URGENT
IMPORTANT	Faites-le tout de suite	Planifiez
PAS IMPORTANT	Délégez	Laissez-le pour plus tard

TESTEZ-VOUS !

Êtes-vous un manager 5 étoiles ?

#SuperBoss



JE NE SUIS PAS BON



JE PEUX FAIRE MIEUX



JE SUIS AU TOP

LE SAVIEZ-VOUS ?
 LUZ propose des formations en management !
 #CultureLUZ

- 1 Je responsabilise mes collaborateurs _ /5
- 2 Je mets en place chaque année des plans d'action et de formation pour mes équipes _ /5
- 3 Je fais confiance et délègue facilement _ /5
- 4 Je prends le temps d'écouter mes collaborateurs _ /5
- 5 Je donne des objectifs clairs à chacun, je définis les rôles _ /5
- 6 Je suis positif, respectueux et bienveillant _ /5

NOTES

A large grid of dots for taking notes, consisting of 20 columns and 25 rows of small black dots.

ADOPTER LA BONNE POSTURE MANAGÉRIALE

Les 8 MOTS qui font la différence !

		
FÉDÉRER		DIVISER
ACCOMPAGNER		SURVEILLER
PILOTER		DÉCIDER
IMPLIQUER	PLUTÔT QUE	EXCLURE
FAIRE ADHÉRER		IMPOSER
DÉCIDER		MAINTENIR LE FLOU
DÉFENDRE SON ÉQUIPE		L'INCRIMINER
RECTIFIER		SANCTIONNER

CONTINUEZ DE VOUS FORMER RÉGULIÈREMENT

C'est la clé de la réussite !

Être opticien/audioprothésiste entrepreneur indépendant implique de devoir exercer plusieurs professions à la fois au sein même d'une seule journée : chef d'entreprise, comptable, manager, vendeur, marketeur... Autant de postes qui requièrent des compétences spécifiques.



JE SAIS BIEN FAIRE

EXEMPLES

La montée en gamme dans le cadre d'une vente 100% santé, faire un bilan visagisme, fédérer mes équipes

#JeMeFormeJePerforme



JE NE SAIS PAS BIEN FAIRE

EXEMPLES

Vendre des produits haut de gamme, donner des conseils de colorimétrie, faire un examen de vue aux personnes âgées, mener des entretiens de recrutement

LE SAVIEZ-VOUS ?
LUZ est centre de formation et peut vous orienter !

#CultureLUZ

**« QUAND UN HOMME
A FAIM, MIEUX VAUT
LUI APPRENDRE À PÊCHER
QUE DE LUI DONNER
UN POISSON. »**

– CONFUCIUS

On a toujours quelque chose à apprendre, à transmettre et vice versa. En tant qu'indépendant, vous êtes libre de vous former, vous spécialiser, de faire progresser vos équipes, d'étendre votre socle de compétences et de mettre une dose d'avenir dans vos projets, votre activité. Votre Responsable Régional est là pour vous conseiller les meilleures solutions LUZ.



BRAINSTORMING : LA MÉTHODE DU POMMEAU ET DE L'ENTONNOIR

Le principe est simple : lorsque vous vous interrogez sur un nouveau projet, une nouvelle orientation à donner à votre activité, **il faut éviter lors de vos brainstorming (remue-méninges) d'être à la fois en ouverture (tout ce qui est possible) et en fermeture (toutes les raisons pour lesquelles ce n'est pas possible) parce que... ça s'annule !** Il est crucial de donner du temps à ces 2 phases successivement pour trouver les bonnes idées.

PHASE #1 LE POMMEAU.

Après avoir posé sa problématique, on ouvre les vannes de la douche ! On laisse pleuvoir les idées brutes, on les note et on les accueille toutes sans les juger. À ce stade, on recherche la quantité, plutôt que la qualité pour optimiser nos chances de trouver LA bonne idée.

Pour stimuler de nouvelles idées, ouvrez de nouvelles vannes... Formulez la problématique différemment, associez des idées qui n'ont rien à voir, changez de point de vue en adoptant celui de quelqu'un d'autre (clients, proches, partenaires LUZ), injectez des idées d'autres secteurs d'activité...

PHASE #2 L'ENTONNOIR.

On entame ensuite la phase dite de l'entonnoir qui va nous permettre de recenser toutes les idées en les passant au filtre de nos critères et contraintes pour sélectionner les meilleures et on creuse bien le potentiel de chaque idée avant d'éliminer et d'atterrir avec la ou les bonnes idées.

Gardez bien en tête ce tempo, c'est le B.A-BA DE LA CRÉATIVITÉ !

Le conseil
coup de
♥
LUZ

”

**DÉVELOPPEZ
VOTRE CRÉATIVITÉ
ET LIBÉREZ VOTRE
IMAGINATION**



ENTOUREZ-VOUS DES BONS COLLABORATEURS

EXEMPLE D'UN GUIDE D'ENTRETIEN DE RECRUTEMENT RÉUSSI !

PHASE 1 : ACCUEIL DU CANDIDAT

- > Préparer le lieu / la salle / le bureau en amont
- > Être ponctuel
- > Se présenter
- > Présenter le déroulé de l'entretien

L'objectif étant d'instaurer un climat de confiance et un échange bienveillant d'égal à égal.

PHASE 2 : CONDUITE DE L'ENTRETIEN

- Durée entre 1h et 1h30 maximum souvent scindé en 2 parties :
- > Présenter le poste, les attentes, l'environnement
 - > Valider la cohérence du parcours, les compétences techniques, le savoir-être, la motivation pour le poste ainsi que les aspects administratifs*

Il faut laisser du temps au candidat pour poser des questions

PHASE 3 : CONCLUSION

- > Remercier le candidat pour l'échange et le temps consacré
- > Expliquer la suite du process et donner des informations concrètes (dates et personne chargée du retour, etc)
- > Rester disponible pour le candidat
- > Accompagner le candidat vers la sortie

Il est important de finir sur une note positive et de permettre au candidat de se projeter. Enfin, la bienveillance doit être le maître-mot même si la réponse apportée s'avère négative... c'est la marque employeur qui sera valorisée.

*Prétentions salariales, disponibilité, mobilité géographique, type de contrat, etc



LES CONSEILS RH

- > Préparer l'entretien (relecture du CV, questions / points à valider...)
- > Laisser du temps au candidat pour s'exprimer
- > Pratiquer l'écoute active :
 - Questionner pour clarifier
 - Reformuler
 - Laisser des espaces de silence
 - Inviter à préciser
 - Manifester l'attention (le regard, l'expression et la posture)
 - Prendre des notes

Rester factuel et dire les choses (ne pas « survendre »).
Rester maître de l'entretien (exemple face à un candidat trop bavard...) Demander l'accord du candidat pour effectuer un contrôle des références.

QUELQUES EXEMPLES DE QUESTIONS

- > Pouvez-vous me donner des précisions sur les missions qui vous étaient confiées ?
- > Quelles sont vos attentes par rapport au futur poste / société ?
- > Maintenant que vous connaissez le contexte, vos motivations à nous rejoindre sont-elles les mêmes ?
- > Qu'attendez-vous de votre équipe / manager ?
- > Qu'aimez-vous retrouver chez les personnes avec qui vous travaillez ?
- > Si l'on demandait aux personnes qui vous connaissent bien de parler de vous, que diraient-elles ? (dans la vie professionnelle ou personnelle)
- > Quels sont vos points forts / axes de développement ?
- > Quels sont vos attentes en terme d'évolution ?
- > Avez-vous d'autres process de recrutement en cours ?

NOTES

A large grid of dots for taking notes, consisting of approximately 20 columns and 30 rows of small black dots.

QUEL MANAGER ÊTES-VOUS ?

Spider (WO)MAN, faites le test de la toile d'araignée.



Évaluez chacune des compétences de 0 (au centre, le + faible) à 5 (points extérieurs le + fort), reliez-les et découvrez ainsi quelles sont vos qualités principales.

COMMENT TRAVAILLER EN BONNE INTELLIGENCE avec les professionnels de santé (ophtalmologues, ORL, orthoptistes, ...)

La relation que vous nouez avec vos prescripteurs est un élément important du développement de votre business. Vous êtes un des maillons du réseau de santé de votre zone.

2 RECOMMANDATIONS INCONTOURNABLES :

#1

Vous faire connaître.

Se présenter physiquement, exposer son parcours, ses spécificités (basse vision, enfant, contacto,...) son positionnement et sa passion du métier.
C'est à vous de faire le premier pas !

#2

Établir une relation de confiance et personnalisée.

Les tenir informés de votre actualité et des nouvelles technologies optiques et audios mais aussi du suivi de vos patients communs.

Offrir un petit cadeau aux secrétaires
(bloc de post it à votre image) lors de vos visites.

Remettre des outils d'aide au dépistage
et des brochures lors d'une visite d'un professionnel de santé,
qu'il pourra utiliser dans son cabinet.

Les inviter à des conférences scientifiques.

Les informer lorsque vous avez dû ajuster
la prescription d'un patient.

”

ENTRETENEZ
VOS RELATIONS
PRESCRIPTEURS



A large grid of small dots for taking notes, consisting of 20 columns and 30 rows.

#5

**JE DÉVELOPPE
LE POTENTIEL
DE SÉDUCTION
DE MON
POINT
DE VENTE**

TRAVAILLEZ VOTRE VITRINE : VOTRE PREMIER BONJOUR !

Soigner votre vitrine est essentiel car c'est le premier contact avec votre clientèle. Pour réussir à attirer le passant, susciter sa curiosité et l'inciter à franchir le pas de votre porte, voici nos 5 RÈGLES D'OR.

#1

Ayez un univers unique
pour capter l'attention
et vous démarquer
des autres points de vente.



Trop de PLV fournisseurs
= aucune différenciation

#2

Soignez la présentation de vos produits
pour valoriser votre offre.
Privilégiez la mise en avant des produits
emblématiques, représentatifs.



Trop de produits
= tue le produit

#3

Jouez la simplicité pour ne pas étouffer
et brouiller le message que
vous souhaitez faire passer.



1 vitrine
= 1 seule thématique
= 1 seul message

#4

Renouvelez régulièrement votre vitrine
pour raviver l'intérêt des passants
et dynamiser votre image.



Durée de vie d'une vitrine
= entre 3 et 6 semaines

#5

**Jouez sur l'émotion plutôt que
la promotion** pour capter l'imagination,
travailler sur l'image de marque.



1 vitrine
= 1^{er} vecteur d'image

CONNAISSEZ-VOUS
le service
de théatralisation
vitrines by LUZ ?

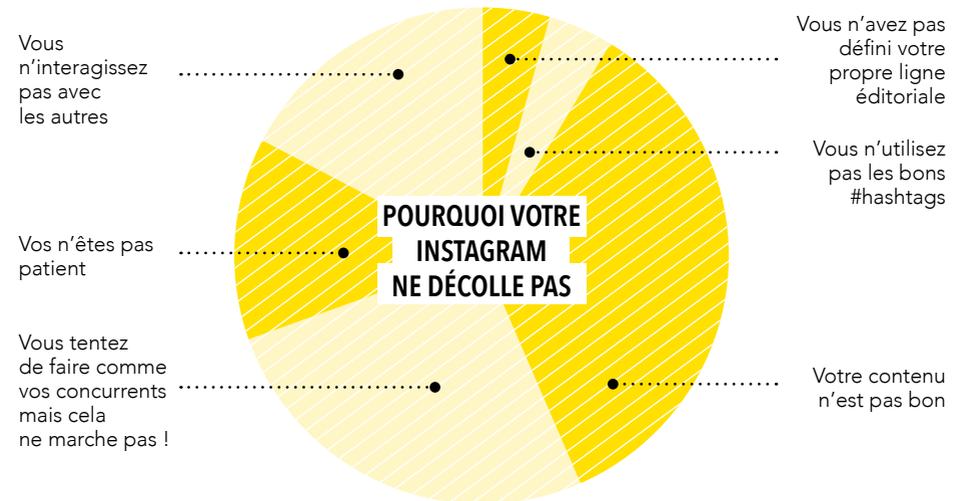
ÉCRAN TOTAL !

Avec 49,6 millions* de personnes qui utilisent mensuellement les Réseaux Sociaux en France et qui passent en moyenne 1h41 par jour, communiquer sur ce média est devenu incontournable. Mais attention, il y a quelques règles à respecter !



**AFFICHEZ-VOUS
SUR LES
RÉSEAUX SOCIAUX**
avec plein de bon sens

AU LIEU DE ÇA ...	FAITES ÇA !
Poster uniquement pour promouvoir votre magasin	Pensez aux besoins de votre audience
Poster dans le seul objectif de vendre vos produits	Pensez en terme de valeur ajoutée
Poster le même contenu sur tous les Réseaux Sociaux	Créez du contenu différent pour Facebook et Instagram
Poster dans l'urgence	Anticipez vos publications
Poster et fermer directement votre application	Répondez aux commentaires et échangez au maximum avec votre audience



*Sources : We Are Social, Hootsuite, Blog Du Modérateur, Digimind, Statista

PENSEZ AVANT TOUT PARCOURS CLIENT

quand vous aménagez votre magasin.



Penser la vitrine et l'intérieur

Si la vitrine doit attirer le chaland par sa beauté, son originalité, l'intérieur ne doit pas être négligé.

#1

Assurez-vous que les tables de vente soient assez espacées : cela permettra à vos équipes et à vos clients de jouir d'une intimité.

#2

N'oubliez pas de guider vos clients grâce à une signalétique précise : la vocation des espaces doit être évidente au premier coup d'œil.

#3

Ne cachez pas l'espace atelier : c'est un atout qui valorise votre métier, vos compétences et diffuse un message de transparence.



Privilégier l'accueil et le digital

#1

Si vous vous dotez d'outils numériques (corner d'essayage virtuel de lunettes...), veillez à ce que vos clients puissent s'en servir seul. Si un accompagnement est toutefois nécessaire, montrez-vous prévenant.

#2

Les personnes accompagnantes apprécient toujours un coin « attente » chaleureux. Sièges ou fauteuils confortables, magazine, fontaine à eau ou machine à café feront de ce moment subi un plaisir.



NOTES

A large grid of small dots for taking notes, consisting of 20 columns and 30 rows.

#6

J'ENTRETIENS MES RELATIONS LOCALES

#3

Tissez des liens

Lorsque la bonne entente est là, proposez des actions croisées avec vos voisins pour vous renvoyer « des affaires ». Le salon de coiffure peut suggérer une séance de visagisme gratuite chez vous pour faire matcher nouvelle coupe de cheveux et nouvelles lunettes. Pour la fête des mères et pour tout achat d'un nouvel équipement chez vous, vous pouvez offrir un bouquet chez le fleuriste d'à côté. Pour les centres auditifs, pensez à créer des partenariats avec des commerçants qui touchent les mêmes cibles que vous.

Creusez-vous les méninges ensemble, tout est à imaginer... comme une action de « street marketing » commune pour apporter de l'animation autour de vos magasins.

JE LISTE LES ACTIONS QUE JE PEUX ORGANISER AVEC MES VOISINS COMMERÇANTS

Four horizontal lines for writing.



#4

Ratissez large

Dans le même esprit, rapprochez-vous des associations de votre commune pour créer des partenariats. En échange de visibilité lors de leurs événements, proposez-leur des offres pour leurs membres.

Sponsorisez une équipe de jeunes avec un jeu de maillots marqué de votre logo pour entrer dans le cœur des familles. Créez des événements en magasin en soirée pour donner une raison de plus d'y entrer comme une exposition photo ou de peintures, un défilé de mode ou la présentation du roman d'un auteur local.

JE LISTE LES IDÉES DE PARTENARIAT QUE JE PEUX METTRE EN PLACE

Four horizontal lines for writing.



LE POUVOIR

DU SOURIRE

pour Entrepreneur Enthousiaste Indépendant

LES FONDAMENTAUX D'UN BON ACCUEIL...

Vous le savez, dans tout « commerce », donner une bonne première impression est capital. Que ce soit à travers un regard, un sourire, un pas, un mot. **De la qualité de l'accueil dépend souvent le bon déroulé de votre vente.**

L'accueil est donc un moment capital. Dès son arrivée, le client doit tout de suite se sentir à l'aise. **C'est le moment de manifester de l'envie et de la disponibilité et surtout d'éviter un accueil trop « commercial », froid et sans âme.**

Souriez

- Adoptez un ton chaleureux pour dire bonjour
- Dirigez vos yeux dans la direction de votre client
- Laissez tomber votre tâche quelques secondes
- Levez-vous, car rester assis pour recevoir quelqu'un n'est pas très engageant
- Proposez un fauteuil ou une chaise si votre client doit patienter
- Offrez un verre d'eau, un café, un thé... une manière de mettre votre interlocuteur dans les meilleures dispositions.



NOTES

A large grid of small dots for taking notes, consisting of 20 columns and 30 rows.

#7

**JE TROUVE
TOUS LES
MOYENS
DE RESTER
AU SOMMET
DE MA
MOTIVATION**

MA BOÎTE À COMPLIMENTS

Vos clients aiment vos conseils, votre expertise et leurs nouveaux équipements. Alors inscrivez ici tous les mots gentils qu'ils vous disent, à vous et/ou vos collaborateurs.

#VousÊtesExceptionnel

Parfois, il est bon de se rappeler pourquoi ils viennent chez vous, ce qui fait votre force et votre savoir-faire, les marques ou modèles qu'ils plébiscitent. Une bonne manière de vous motiver, de renforcer vos convictions et votre amour du travail bien fait. La satisfaction de vos clients est aussi ce qui fait la beauté de votre métier.

MA BOÎTE À IDÉES

Le commentaire d'un client, les suggestions d'un proche, la vitrine d'un commerçant voisin, une publicité entendue à la radio, un post Instagram qui vous a marqué... votre environnement entier est source d'inspiration. Aussi gardez les yeux et les oreilles grands ouverts afin de dénicher de nouvelles idées pour animer votre magasin ou votre centre audio. Notez-les ici et le jour venu, mettez-les en pratique.

À vous de compléter !

MA BOÎTE À RESSOURCES

En général, vous arrivez en forme au travail le matin, mais dans la journée vous êtes parfois sujet à un petit coup de barre. Alors que faire ?

Voici 10 attitudes très simples à adopter pendant les 30 prochains jours pour rester en forme et surmonter la fatigue.

#1

Dormez 8 heures et surtout écoutez votre corps. Aux premiers signes d'endormissement (bâillements, paupières lourdes...), allez vous coucher pour ne pas rater le premier cycle du sommeil.

#2

Buvez 2 litres d'eau par jour en absorbant des quantités régulières tout au long de la journée. Selon un spécialiste de la fatigue chronique, l'eau bien fraîche serait énergisante et favoriserait la production.

#3

Limitez la caféine et la théine. 2 ou 3 tasses de café ou thé par jour, voilà la bonne posologie, pas plus. Après ces boissons masquent votre fatigue réelle.

#4

Sortez prendre l'air. Lorsque la fatigue vous gagne, cassez le rythme et changez d'occupation. Levez-vous et marchez, prenez 5 minutes pour vous aérer.

#5

Faites de l'exercice. Le sport est votre meilleur ami, autant pour le corps que pour l'esprit. Alors inscrivez 2 ou 3 séances dans votre planning hebdomadaire et surtout tenez bon dans la durée.

#6

Faites une cure de déconnexion des écrans et des outils digitaux qui peuvent générer augmentation du stress et fatigue. Vous aurez plus de temps pour bouger, dormir, lire, vous relaxer et offrir une pause bien méritée à votre cerveau.

#7

Apprenez à respirer. Pour vous décontracter et faire le vide, inspirez profondément en vous concentrant sur l'air qui entre et sort de votre corps. Répétez l'exercice 3 fois de suite, plusieurs fois par jour.

#8

Montez le volume. Rien de mieux parfois que d'écouter une musique entraînante pour réveiller votre cerveau ! Isolez-vous, mettez votre casque et lancez l'un de vos morceaux préférés. En moins de 5 minutes vous serez totalement reboosté.

#9

Mangez le plus possible de fruits et légumes tous les jours, riches en vitamines, en minéraux, en fibres. Leur effet favorable sur la santé a largement été démontré.

#10

Prenez une petite collation. Oubliez les barres chocolatées, préférez quelques amandes, noix ou pistaches sources de calcium et d'énergie. Ou un mélange de fruits secs.

BONUS

Pour vous (re)motiver, en cas de période creuse, appelez votre Responsable Régional préféré ! Chez LUZ, le tonus naît aussi de chaque conversation.



LE POUVOIR

DE L'ÉCOUTE

pour Entrepreneur Enthousiaste Indépendant

BIEN VENDRE, C'EST D'ABORD FAIRE PARLER !

Même si vous devinez à l'avance quelles sont les attentes du client (compte tenu de son ordonnance), vous devez impérativement prendre le temps de le questionner et de le faire parler.

POURQUOI ?

Pour lui signifier qu'il est important à vos yeux et que vous êtes à son écoute.

COMBIEN ?

3 questions minimum, sur ses attentes, ses goûts et ses besoins.

COMMENT ?

En entonnoir, c'est-à-dire en passant du général au particulier, selon la méthode suivante :

- Questions ouvertes > Aider le client à s'exprimer librement
- Questions miroirs > Inviter le client à préciser
- Questions alternatives > Inciter le client à prendre une décision
- Questions fermées > Obtenir un "OUI" pour passer à l'acte.

LUZ

les indépendants s'y retrouvent



NOTES

A large rectangular area filled with a uniform grid of small black dots, intended for handwritten notes.A large rectangular area filled with a uniform grid of small black dots, intended for handwritten notes.

NOTES

A large grid of dots for writing notes, consisting of 20 columns and 30 rows of small black dots.A large grid of dots for writing notes, consisting of 20 columns and 30 rows of small black dots.

CALENDRIER 2022

Allez c'est reparti !

JANVIER

S 1	NOUVEL AN
D 2	
L 3	
M 4	
M 5	05
J 6	
V 7	01
S 8	
D 9	
L 10	
M 11	06
M 12	
J 13	02
V 14	
S 15	
D 16	
L 17	
M 18	07
M 19	
J 20	03
V 21	
S 22	
D 23	
L 24	
M 25	
M 26	
J 27	04
V 28	
S 29	
D 30	
L 31	

FÉVRIER

M 1	
M 2	
J 3	
V 4	05
S 5	
D 6	
L 7	
M 8	
M 9	
J 10	06
V 11	
S 12	
D 13	
L 14	
M 15	
M 16	
J 17	
V 18	07
S 19	
D 20	
L 21	
M 22	
M 23	
J 24	08
V 25	
S 26	
D 27	
L 28	

MARS

M 1	
M 2	
J 3	
V 4	09
S 5	
D 6	
L 7	
M 8	
M 9	
J 10	10
V 11	
S 12	
D 13	
L 14	
M 15	
M 16	
J 17	
V 18	11
S 19	
D 20	
L 21	
M 22	
M 23	
J 24	12
V 25	
S 26	
D 27	
L 28	
M 29	
M 30	
J 31	13

AVRIL

V 1	
S 2	
D 3	
L 4	
M 5	
M 6	
J 7	
V 8	14
S 9	
D 10	
L 11	
M 12	
M 13	
J 14	15
V 15	
S 16	PÂQUES
D 17	LUNDI DE PÂQUES
L 18	
M 19	
M 20	
J 21	16
V 22	
S 23	
D 24	
L 25	
M 26	
M 27	
J 28	17
V 29	
S 30	

MAI

D 1	FÊTE DU TRAVAIL
L 2	
M 3	
M 4	
J 5	18
V 6	
S 7	
D 8	FÊTE DE LA VICTOIRE
L 9	
M 10	
M 11	
J 12	19
V 13	
S 14	
D 15	
L 16	
M 17	
M 18	
J 19	20
V 20	
S 21	
D 22	
L 23	
M 24	21
M 25	ASCENSION
J 26	
V 27	
S 28	FÊTE DES MÈRES
D 29	
L 30	
M 31	

JUIN

M 1	
J 2	
V 3	22
S 4	PENTECÔTE
D 5	LUNDI DE PENTECÔTE
L 6	
M 7	
M 8	
J 9	23
V 10	
S 11	
D 12	
L 13	
M 14	
M 15	
J 16	24
V 17	
S 18	FÊTE DES PÈRES
D 19	
L 20	
M 21	
M 22	
J 23	
V 24	25
S 25	
D 26	
L 27	
M 28	
M 29	
J 30	26

JUILLET

V 1	
S 2	
D 3	
L 4	
M 5	31
M 6	
J 7	27
V 8	
S 9	
D 10	
L 11	
M 12	28
M 13	FÊTE NATIONALE
J 14	
V 15	
S 16	
D 17	
L 18	
M 19	
M 20	
J 21	29
V 22	
S 23	
D 24	
L 25	
M 26	
M 27	
J 28	30
V 29	
S 30	
D 31	

AOÛT

L 1	
M 2	
M 3	
J 4	
V 5	31
S 6	
D 7	
L 8	
M 9	
M 10	
J 11	
V 12	
S 13	32
D 14	
L 15	ASSOMPTION
M 16	
M 17	
J 18	33
V 19	
S 20	
D 21	
L 22	29
M 23	
M 24	
J 25	34
V 26	
S 27	
D 28	
L 29	
M 30	
M 31	

SEPTEMBRE

J 1	RENTRÉE 35
V 2	
S 3	
D 4	
L 5	
M 6	
M 7	40
J 8	
V 9	36
S 10	
D 11	
L 12	
M 13	
M 14	
J 15	38
V 16	
S 17	
D 18	
L 19	
M 20	
M 21	
J 22	39
V 23	
S 24	
D 25	
L 26	
M 27	
M 28	
V 29	
S 30	

OCTOBRE

S 1	
D 2	
L 3	
M 4	
M 5	
J 6	
V 7	40
S 8	
D 9	
L 10	
M 11	
M 12	
J 13	41
V 14	
S 15	
D 16	
L 17	
M 18	
M 19	
J 20	42
V 21	
S 22	
D 23	
L 24	
M 25	
M 26	
J 27	43
V 28	
S 29	
D 30	
L 31	

NOVEMBRE

M 1	TOUSSAINT
M 2	
J 3	44
V 4	
S 5	
D 6	
L 7	
M 8	
M 9	
J 10	45
V 11	ARMISTICE 1918
S 12	
D 13	
L 14	
M 15	
M 16	
J 17	46
V 18	
S 19	
D 20	
L 21	
M 22	
M 23	
J 24	47
V 25	
S 26	
D 27	
M 28	
M 29	
M 30	

DÉCEMBRE

J 1	
V 2	
S 3	
D 4	
L 5	
M 6	
M 7	
J 8	
V 9	49
S 10	
D 11	
L 12	
M 13	
M 14	
J 15	50
V 16	
S 17	
D 18	
L 19	
M 20	
M 21	
J 22	51
V 23	
S 24	NOËL
D 25	
L 26	
M 27	
M 28	
J 29	
V 30	52
S 31	

ZONE A

Besançon, Bordeaux, Clermont-Ferrand, Dijon, Grenoble, Limoges, Lyon, Poitiers

ZONE B

Aix-Marseille, Amiens, Caen, Lille, Nancy-Metz, Nantes, Nice, Orléans-Tours, Reims, Rennes, Rouen, Strasbourg

ZONE C

Créteil, Montpellier, Paris, Toulouse, Versailles

Le mot de la fin...

Votre carnet de bord, vous l'avez feuilleté et griffonné,
lu et relu, mis de côté, puis repris en main...

Il a éveillé votre curiosité, et vous avez entrevu
des pistes d'amélioration à mener, très certainement.
Et si maintenant vous alliez plus loin, pour approfondir
certains sujets, actionner des projets ou concrétiser
des idées qui vous trottent dans la tête. Au sein
de la Centrale LUZ, toutes nos équipes optique & audio
sont à votre écoute et à vos côtés pour vous éclairer
et vous guider dans vos choix, dans vos décisions
et vous permettre d'aller toujours de l'avant en tant
qu'Entrepreneur Indépendant.

Ne vous privez surtout pas de les contacter,
vous connaissez notre credo... Avec LUZ,
« Vous êtes unique, sans être seul.e » !



**LUZ,
MULTI-
VITAMINES
POUR
ENTREPRENEURS
INDÉPENDANTS**

LUZ

les indépendants s'y retrouvent



**CENTRALE D'ACHAT
& DE SERVICES**

pour opticiens et audios indépendants



LUZ optique & audio - Paris
01 56 56 75 67 - groupe@luz.fr - luz.fr

#LaVieLUZ #JeChoisisLOptimisme #VitaminesLUZ #LUZoptique #LUZaudio f @ in