

ready  
**TO**  
plug



Connectez-vous au réseau d'opticiens EYES

p l u g & p l a y

## **Le design d'EYES : le client au cœur de la stratégie**

Lorsque le client entre dans un magasin EYES, il est au cœur du magasin : il entre alors dans une bulle, ou EYES lui propose de vivre une expérience unique.

Le marketing expérientiel est la clé maitresse du design d'EYES. A travers le design sensoriel avec l'utilisation des couleurs ou encore des formes, c'est la vue qui est principalement sollicitée. Le toucher l'est aussi par l'essai des produits. Les opticiens qui sont des spécialistes de la marque sont là pour aider le client à comprendre les produits, pour répondre à leurs questions dans une ambiance conviviale.

Les présentoirs permettent de toucher les produits, de les essayer, de vivre l'expérience EYES. On trouve des sièges ,un éclairage adapté et un espace totalement aménagé pour donner de l'aisance.

C'est principalement l'axe de EYES : le client doit s'immerger dans le monde de EYES, pouvoir y vivre une expérience qu'il n'oubliera pas en parler autour de lui et ainsi nait le BUZZ.

Ce design unique et si différent qui fait la force du magasin. Entrer dans un magasin EYES, c'est vivre une expérience et retrouver les valeurs de la marque sur un point de vente unique en son genre.

# Better Inside

Un opticien décomplexé innove et lance EYES ...

Un réseau qui révolutionne le monde de l'optique à travers un concept loft, mode & design.

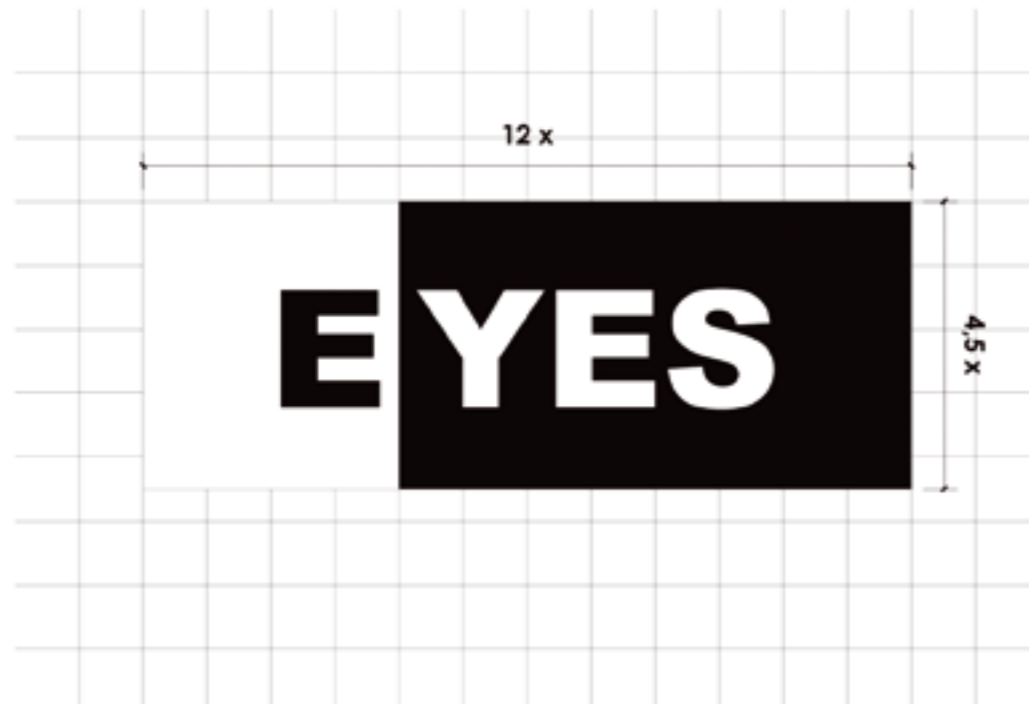
EYES devient un moment plaisir, dans un cadre où chaque client est important.

Et si une enseigne pouvait encore vous surprendre ...

... nous allons vous séduire !



# Une marque



## ARIAL BLACK

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

12345 67890+ - / = \* , ; & " ( ) \$ ' ! ç ô " €

Un logo au deux couleurs simples et intemporelles : le noir et le blanc.

La présence du mot « YES » contribue à transmettre une perception positive de la marque.

Grace à cette charte graphique, nos points de ventes sont très facilement identifiables et communiquent d'eux mêmes les valeurs de la marque.

# Une Identité

« Simplicité et modernité »

Simplicité et modernité : ces deux mots résument à eux seuls l'axe principal de la marque EYES.

On retrouve évidemment ces axes à travers le design des emballages, mais la marque a aussi reproduit cet esprit des ses points de vente.



# L'Emplacement

« Un enjeu stratégique qui vous mènera au succès. »

Nous nous développons et sélectionnons des emplacements de première catégorie en centre-ville, centre commercial et zone d'activité commerciale.

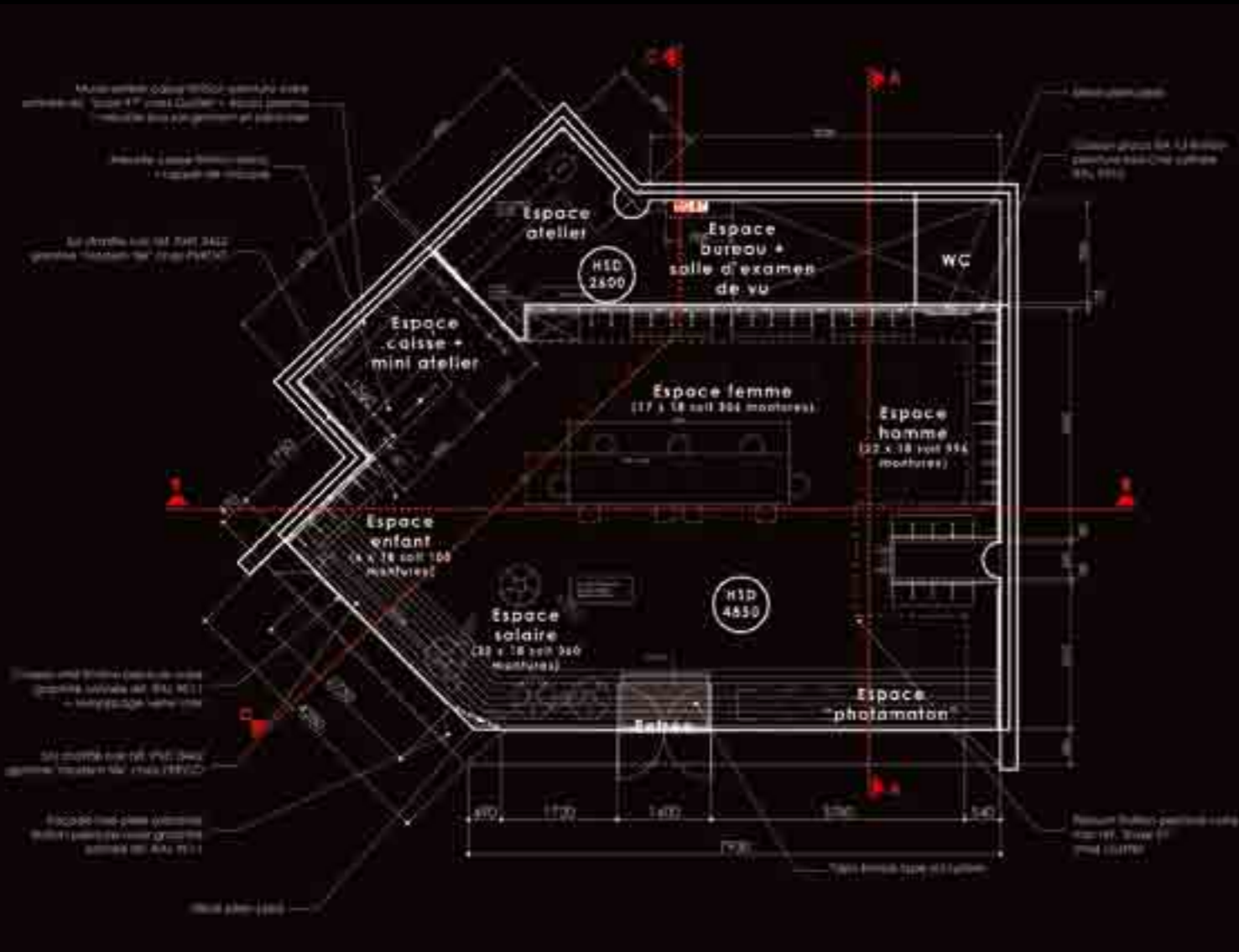
Nous rayonnons sur une large zone de chalandise, et assurons ainsi une visibilité et trafic de fréquentation.



# Un plan d'aménagement

« optimisé selon l'espace »

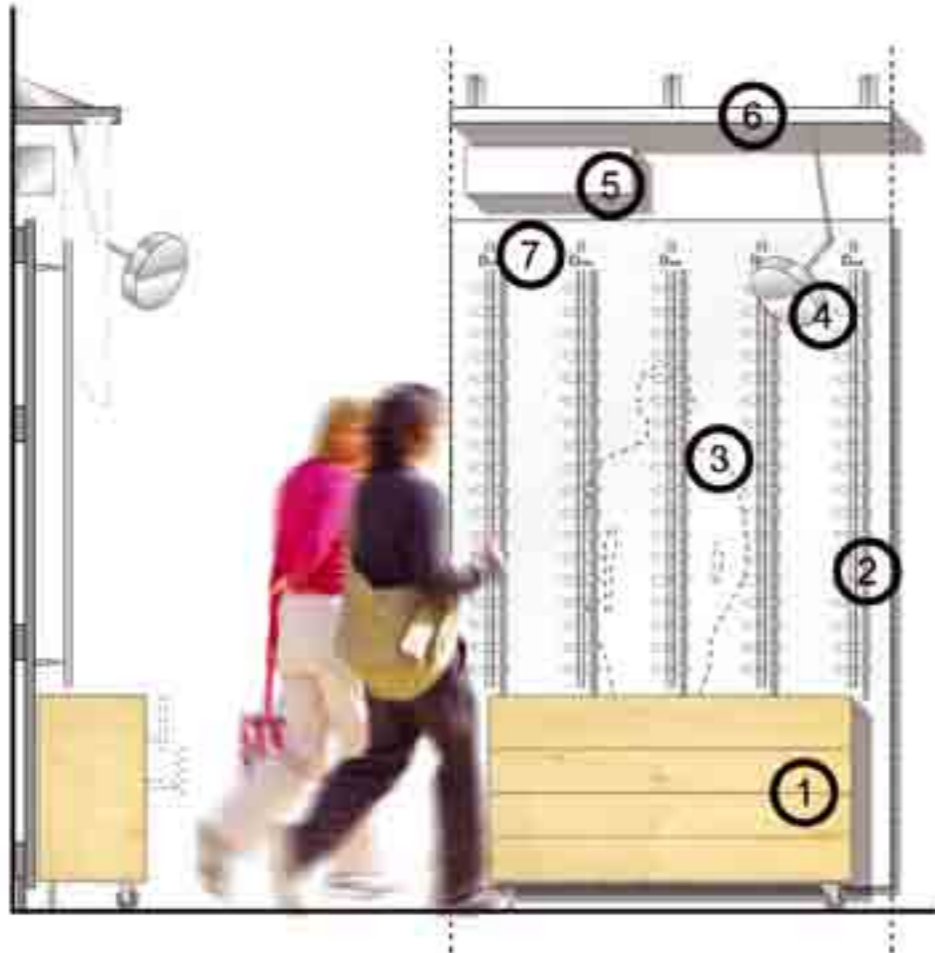
Une réflexion en amont avec nos architectes pour adapter votre surface de vente au concept store EYES.



# De la conception...

# ...à la réalisation

## Les composants du mural



- 1 Caisson stock bas amovible
- 2 Mâts optique sécurisés fermeture électromagnétique chez Concept S
- 3 Mural de fond blanc + adhésif silhouette homme / femme / enfant selon la segmentation
- 4 Miroir de proximité sur bras articulé pour le confort du client
- 5 Light box pour support com
- 6 Casquette de finition haute pour rupture blanc mural / noir plafond et intégration éclairage
- 7 Support marques





# L'espace

« Unique, fort et mémorable »

Un code couleur noir et blanc, ponctué d'accessoire photographique, permettant de qualifier et asseoir un concept Loft-Studio.

Un concept théâtralisé allant plus loin qu'un simple mobilier commun ...

Autre axe du design d'espace, l'aménagement du magasin permet au consommateur de se sentir à l'aise, de circuler confortablement et surtout de se déplacer librement.

Le mot d'ordre des magasins EYES est : espace

En effet, le consommateur doit pouvoir se mouvoir librement dans le lieu de vente et ne pas se sentir oppressé.

# Une Ambiance

Une ambiance qui use de son charme, et qui procure à chacun de vos clients, la sensation d'être un invité ...  
lui offrant ainsi confort et sécurité.

Un univers qui dépoussière l'aspect paramédical de l'optique au profit de la mode et du Design.

Grace à la théâtralisation, ce lieu de vente n'est plus simplement utilitaire et fonctionnel. Le consommateur peut s'immerger dans un univers original et se l'approprier à sa manière. A l'inverse d'un espace trop rigide et rationnel, un lieu théâtralisé procurera à chacun une plus grande liberté pour découvrir, pour rencontrer et pour imaginer. C'est ainsi que peut s'instaurer une forme de familiarité au sein d'une symbolique dynamique de la marque.





# Attiser la curiosité et surprendre

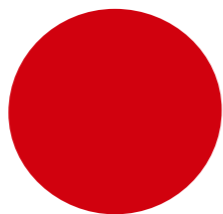
Tous les ans, EYES lance plusieurs grandes actions de communication « in store » et auxquelles viennent s'ajouter des actions de moindre importance. Elles ont pour principal objectif d'attiser la curiosité à propos des nouvelles collections saisonnières. L'essentiel est de surprendre les gens et de présenter EYES comme une expérience passionnante.

Nos ambitions sont élevées et toute notre communication doit être de qualité irréprochable.

Elle véhicule l'image et le positionnement d'EYES en tant que maison de mode.

Tous nos clients doivent se sentir chez eux, quelle que soit la manière dont ils font connaissance avec EYES.

Autre aspect du design d'espace EYES : Il y a peu de communication sur le lieu de vente (affichage, packaging...) le but est vraiment de faire oublier au client qu'il se trouve dans un point de vente. Ainsi, seuls les produits sont mis en valeur.



# Always good **solutions** !

Un savoir faire et une expertise métier mis à votre disposition.

Une équipe aux compétences financières, commerciales, merchandising et architecturales à vos côtés.

Un suivi en amont, et une proximité professionnelles visant à exploiter et optimiser votre magasin.

# Le code génétique



## ATTRIBUTS DE BASE

Simple  
Moderne  
Innovante

## LA CULTURE

L'opticien décomplexé

## REPRESENTATION

Les grands espaces Loft/Studio

## COMMUNICATION

Multicolore  
Des couleurs qui viennent pimenter  
l'espace noir et blanc du magasin

## PERSONNALITE

Sobre & élégante

## IDENTITE DE LA MARQUE

Le nom  
Le logo  
Le packaging

## ESPRIT DE LA MARQUE

Jeune ...  
pour les jeunes de 0 à 77ans

## PERCEPTION DE LA MARQUE

Un espace design qui clarifie l'offre  
Un concept résolument moderne qui propose à ses clients  
les dernières lunettes tendance du moment

Le code génétique de la marque EYES rassemble les caractères de fond qui constituent l'ossature autour de laquelle se développe une communication cohérente de la marque.

Les caractères génétiques de la marque EYES comprennent

- La perception de la marque
- Attributs de base de la perception de la marque
- Personnalité de la marque
- Relation (le type de relation avec le consommateur)
- Représentation (l'atmosphère typique)
- Esprit de la marque
- Culture d'origine (la culture dot la marque est porteuse)

all you need is

