

Des clients satisfaits grâce à une lentille de contact aussi **confortable** que leur **jeans préféré**

Le confort, le confort et encore le confort : quand on porte des lentilles, tout tourne autour de cela. Notre campagne 'confort jeans' indique cette voie du confort à toute personne qui cherche la bonne lentille mensuelle. Le porteur de lentilles est déjà sur le bon chemin ? Pour l'y garder, proposez-lui systématiquement de passer aux lentilles les plus confortables parmi les lentilles mensuelles.

Le plus grand groupe de porteurs de lentilles de contact

Bien que les lentilles journalières gagnent sans cesse du terrain, les lentilles mensuelles sont pour l'instant les plus présentes sur le marché. En Belgique, pas moins de 63 % des nouvelles adaptations concernent des lentilles mensuelles¹. Alcon souhaite donc continuer à soutenir ces porteurs en investissant dans l'innovation. La preuve : le lancement de notre nouvelle famille AIR OPTIX® plus HydraGlyde®. Ces lentilles sont non seulement au cœur de notre campagne 'confort jeans', qui se donne de nombreux moyens pour attirer de nouveaux porteurs de lentilles mensuelles, mais elles peuvent aussi vous aider à éviter les abandons.

Le jeans préféré

Les porteurs potentiels de lentilles

mensuelles sont présents dans tous les groupes d'âge et tous les segments de la population. Ils ont une chose en commun : pour faire face à tous les nouveaux défis qui se présentent chaque jour, ils veulent changer leur apparence et... profiter du confort ! C'est précisément là que réside le lien avec notre campagne car, admettez-le, le confort s'associe d'emblée à un seul vêtement : votre jeans préféré. Si vous le pouviez, vous le mettriez tous les jours. C'est exactement le sentiment que nous attribuons à notre nouvelle famille de lentilles mensuelles AIR OPTIX® plus HydraGlyde®.

La bonne voie du confort

C'est ce que la campagne 'confort jeans' veut faire comprendre aux porteurs de lentilles potentiels : qu'une lentille de contact de la nouvelle famille AIR OPTIX® plus HydraGlyde® est aussi

confortable à porter que leur jeans préféré. C'est pourquoi, de septembre à décembre compris, nous lançons les plus belles armes dans la bataille. Une vaste campagne digitale met tous ceux qui souhaitent porter des lentilles de contact sur la voie du confort via portezdeslentilles.be. Ils peuvent y télécharger un bon de réduction lié à un magasin d'optique spécifique. Assurez-vous donc que votre magasin soit bien repris parmi les choix possibles en vous inscrivant sur InContact. Ils ont trouvé le chemin de votre magasin ? Vous pourrez les satisfaire avec les lentilles de contact AIR OPTIX® plus HydraGlyde® qui leur conviennent le mieux, qu'il s'agisse d'une version sphérique, torique ou multifocale. Et vous leur offrez en outre une réduction jusqu'à 30 euros sur leur jeans préféré !

Upgrade pour tout le monde

Pour le deuxième volet de notre campagne, nous faisons appel à vous. Vous avez parmi votre clientèle des porteurs de lentilles mensuelles AIR OPTIX® AQUA, AIR OPTIX® AQUA Multifocal ou AIR OPTIX® for Astigmatism ? Ils sont très satisfaits des lentilles qu'ils portent, mais vous savez qu'il existe sur le marché un produit encore meilleur. C'est donc le moment idéal pour leur proposer un upgrade. 66 % des porteurs de lentilles font part d'une sensation de sécheresse ou d'inconfort avec leurs lentilles actuelles^{2,3}. Chez les astigmatiques, le risque d'abandon est d'ailleurs deux fois plus élevé^{4,5}. N'attendez donc pas que vos clients satisfaits commencent à se plaindre. Utilisez le direct mailing ou l'e-mailing personnalisables que vous trouverez sur Alcon Marketingtools pour les inviter à venir tester le confort d'une lentille de contact AIR OPTIX® plus HydraGlyde®.



Un duo de technologies spéciales

D'où provient le confort des lentilles mensuelles AIR OPTIX® plus HydraGlyde® ?

De la combinaison de deux technologies spéciales : la technologie SmartShield® et l'HydraGlyde® Moisture Matrix.

En créant un bouclier ultra-mince qui protège des dépôts lipidiques et des cosmétiques, la première assure un port de lentilles confortable du 1^{er} au dernier jour du mois^{6-13†}. En interaction avec cette surface protectrice, l'HydraGlyde® Moisture Matrix fournit une surface hydrophile qui forme un écran humide et permet une humidification plus longue^{14,15}. De plus, vous pouvez encore prolonger le confort de port : jusqu'à 2 heures en recommandant la solution d'entretien tout-en-un OPTI-FREE® PureMoist® et jusqu'à 3 heures en combinaison avec la solution d'entretien au peroxyde AOSEPT® PLUS avec HydraGlyde®^{16-18***,***}.

Stopping power

Dans le cadre de la campagne 'confort jeans', nous vous fournirons bien sûr pour votre magasin quantité de magnifiques matériels promotionnels avec un look 'jeans' ad hoc. Réservez une place de choix aux autocollants de vitrine, affiche de devanture, display, totem, etc. ... dans votre magasin. Les nouveaux clients qui auront trouvé votre magasin via la campagne en ligne verront ainsi tout de suite qu'ils sont à la bonne adresse, mais vous créez aussi un 'stopping power' vis-à-vis des passants. On parie que tout le monde s'arrêtera devant notre vitrine créative! Vous pouvez aussi offrir aux nouveaux clients un cadeau de bienvenue et, bonne nouvelle pour vos clients fidèles, ceux-ci peuvent profiter des avantages de la campagne s'ils passent à AIR OPTIX® plus HydraGlyde®. La campagne 'jeans confort' vous permet ainsi de satisfaire à la fois clients fidèles et nouveaux.



Conseils :

- Assurez-vous que l'on puisse trouver votre magasin d'optique sur portezdeslentilles.be.
- Faites savoir à tous vos porteurs de lentilles mensuelles AIR OPTIX® AQUA, AIR OPTIX® for Astigmatism et AIR OPTIX® AQUA Multifocal qu'il existe un nouveau produit qui peut leur offrir encore plus de confort.
- Invitez-les via :
 - la carte de direct mailing et
 - l'e-mailing personnalisables que vous trouverez sur Alcon Marketingtools.
- Répartissez le matériel de promotion original sur le thème jeans dans des endroits bien en vue de votre magasin.
- Offrez un cadeau de bienvenue à vos nouveaux porteurs de lentilles.
- Lancez la campagne 'confort jeans' aussi sur votre propre page Facebook[‡].
- Indiquez à vos clients qu'outre l'avantage sur leurs lentilles mensuelles AIR OPTIX® plus HydraGlyde®, ils bénéficient aussi d'une réduction sur leur jeans préféré[‡].
- Remplacez votre kit d'essai actuel par un nouveau pour que vous puissiez donner immédiatement les bonnes lentilles d'essai.
- Vous voilà fin prêt(e) à vous lancer ? Faites venir votre Business Development Manager pour vous fournir les explications nécessaires.



* Demandez les conditions de l'action.

** Among symptomatic lens wearers, those who at baseline experienced end-of-day discomfort or had to remove their lenses earlier than they wished.

*** In separate studies, AIR OPTIX® AQUA contact lenses were tested with habitual multipurpose solution followed by 30 days of use with either OPTI-FREE® PureMoist® Multipurpose Solution or AOSEPT® PLUS with HydraGlyde® Cleaning & Disinfecting Solution. In both studies, comfortable wear time with habitual multipurpose solution was measured at baseline, and with study solution at Day 30.

† Based on clinical studies with AIR OPTIX® AQUA contact lenses.

‡ Compared to AIR OPTIX® AQUA contact lenses.

1 Onderhevig aan bepaalde voorwaarden.

1 Vision Need Monitor 2016.

2 Merchea M, Matthew J, Mack C. Assessing satisfaction with lotrafilcon B packaged with an EOBO wetting agent combined with EOBO-based lens care solutions. Poster presented at American Academy of Optometry annual meeting, 11-14 October 2017; Chicago, IL. Poster 143.

3 Based on a U.S. survey wherein selected eye care professionals recruited and fit contact lens patients in AIR OPTIX® plus HydraGlyde® sphere

lenses for a 30 day trial. The surveyed patients used OPTI-FREE® PureMoist® or AOSEPT® Plus with HydraGlyde® lens care solutions throughout the survey period. Surveys were completed by patients at baseline, and after trying the study lenses (and the lens care solutions) for 30 days (n=59); Alcon data on file, 2017.

4 The 2013 Gallup target market report on the market for toric contact lenses. Syndicated research study conducted by Multi-Sponsor Surveys Inc. under a license agreement with Gallup Inc.

5 Multi-sponsor Surveys Inc. The 2014 Gallup target market report on the market for toric contact lenses. <http://www.multisponsor.com>. Accessed January 11, 2017.

6 Eiden SB, Davis R, Bergenske P. Prospective study of lotrafilcon B lenses comparing 2 versus 4 weeks of wear for objective and subjective measures of health, comfort and vision. Eye Contact Lens. 2013;39(4):290-294.

7 Lemp J, Kern J. A comparison of real time and recall comfort assessments. Optom Vis Sci. 2016;93: E-abstract 165256.

8 Alcon data on file, 2014.

9 Nash W, Gabriel M. Ex vivo analysis of cholesterol deposition for commercially available silicone hydrogel contact lenses using a fluorometric enzymatic assay. Eye Contact Lens. 2014;40(5):277-282.

10 Nash W, Gabriel M, Mowrey-McKee M. A comparison of various silicone hydrogel lenses; lipid and protein deposition as a result of daily wear. Optom Vis Sci. 2010;87:E-abstract 105110.

11 Luensmann D, Yu M, Yang J, Srinivasan S, Jones L. Impact of cosmetics on the physical dimension and optical performance of silicone hydrogel contact lenses. Eye Contact Lens. 2015;41(4):218-227.

12 Srinivasan S, Otchere H, Yu M, Yang J, Luensmann D, Jones L. Impact of cosmetics on the surface properties of silicone hydrogel contact lenses. Eye Contact Lens. 2015; 41(4): 228-235.

13 In vitro study over 16 hours to measure wetting substantivity; Alcon data on file, 2015.

14 Lemp J, Kern J. On-eye performance of lotrafilcon B lenses packaged with a substantive wetting agent. Poster presented at Optometry's Meeting, The Annual Meeting of the American Optometric Association; June 21-25, 2017; Washington, DC.

15 Lemp J, Muya L, Driver-Scott A, Alvord L. A comparison of two methods for assessing wetting substantivity. Poster presented at; 2016 Global Specialty Lens Symposium (GSL); January 21-24, 2016; Las Vegas, NV.

16 Garofalo R, Lemp J. Clinical trial experience with OPTI-FREE® PureMoist® MPDS. Contact Lens Spectrum. Special edition. September 2011;44-48.

17 AIR OPTIX® AQUA comfortable wear time comparison of day 30 to baseline. C-09-074 Additional analyses; Alcon data on file, 2011.1

18 In a multicenter, prospective, bilateral eye, randomised, crossover, double masked (to brand) study comparing two one-step hydrogen peroxide lens care solutions in symptomatic contact lens wearers; Alcon data on file, 2016.