

Lissac réinvente l'expérience client avec deux nouveaux services inédits :

L'Assistant Shopping et le Studio Lissac

Une expérience personnalisée et exclusive pour un accompagnement sur-mesure

Pionnière du style sur-mesure, Lissac s'appuie sur son expertise pour réinventer l'expérience client en magasin. **L'enseigne propose deux nouveaux services premium :**

✓ **L'Assistant Shopping** : une expérience d'achat inédite, pensée pour que chaque client soit unique. Ce dernier bénéficie d'un accompagnement personnalisé afin de trouver la paire de lunettes qui lui ressemble.

✓ **Le Studio Lissac** : ce service évolue et permet au client de faire fabriquer sa monture entièrement personnalisée en fonction de ses désirs.

Avec ces innovations, Lissac ne propose plus seulement des lunettes, mais une expérience sur mesure, où chaque détail compte pour révéler le style unique de chacun.

L'Assistant Shopping de Lissac : une aide au shopping à portée de clic !

Pour Lissac qui a toujours souhaité offrir plus que de simples services à sa clientèle, l'enseigne franchit un nouveau cap, en lançant l'Assistant Shopping, un service premium, digne d'un personal shopper. L'objectif pour l'enseigne est de transformer l'expérience client grâce à un accompagnement personnalisé afin de trouver les lunettes, optiques ou solaires, qui conviennent à chaque style .

Inspiré des univers de la mode et des codes des réseaux sociaux, ce service repose sur un parcours interactif :

✦ **Un quiz rapide en ligne** pour cerner les goûts et affiner la sélection du client.

✦ **Un rendez-vous en magasin** pour découvrir une sélection sur mesure, accompagnée des conseils experts de nos opticiens-stylistes.

L'expérience d'achat devient ainsi un véritable moment de plaisir.



L'Assistant Shopping de Lissac en un clin d'œil

Tout commence en ligne, en se connectant au module Assistant Shopping sur le site de l'enseigne : www.lissac.fr.

Un questionnaire ludique permet alors de cerner les attentes de chacun : ses besoins en termes de vision ; ses goûts en matière de styles, de coloris, de formes ; la morphologie de son visage et sa personnalité ; ses habitudes en ce qui concerne les écrans, la lecture, le sport...

Le rendez-vous est fixé dès la fin du questionnaire. Les réponses sont transmises au client, ainsi qu'à l'opticien pour préparer et personnaliser la rencontre.

En magasin, l'opticien présente une présélection de montures, qu'il est toujours possible d'approfondir. Le client peut ainsi faire son choix, avant de repartir avec un petit cadeau... Et, si des verres doivent être montés, la paire de lunettes pourra être livrée à domicile.

Le Studio Lissac : quand les lunettes deviennent des pièces uniques

Si les lunettes sont un dispositif médical, elles sont aussi le reflet d'une personnalité et pour Lissac, chaque client a le droit à l'originalité. L'enseigne réinvente donc le **Studio Lissac** : un service de fabrication de lunettes sur mesure proposé par les opticiens Lissac en magasin, en prenant compte des desideratas du client. Ce dernier peut imaginer le modèle de ses rêves, qu'il soit optique ou solaire.

Grâce à la digitalisation de l'expérience client via **l'application Le Studio Lissac**, l'opticien accompagne chaque client dans la création de sa monture idéale :

- ✂ **Choix de la forme** et ajustement en essayage virtuel.
- ✂ **Personnalisation des matériaux, textures et détails**, pour un design sur mesure.
- ✂ **Visualisation en temps réel** du rendu final, avant fabrication.



Le client a la possibilité de créer **le modèle de ses rêves**, en laissant libre court à son imagination ou en s'inspirant d'une monture existante.

Le Studio Lissac en un clin d'œil

La création : en magasin, le client présente ses attentes à l'opticien, qui prend également ses mesures. Ensemble, grâce à un configurateur digital exclusif, ils explorent les possibilités et affinent la création en temps réel : montures, branches, formes, couleurs...

Le prototypage : un prototype est créé à l'aide d'une imprimante 3D, puis un essayage permet de juger du rendu et d'effectuer des modifications, si nécessaire.

La réalisation : lorsque le prototype est validé, la monture est façonnée à la main par les artisans lunetiers de Lissac, dans l'atelier de l'enseigne, à Clamart.

La remise des montures : à réception de la monture, l'opticien monte les verres, puis procède aux derniers ajustements avec son client. Ce dernier repart alors avec ses lunettes, un modèle unique, numéroté et accompagné d'un certificat d'authenticité, dans un écrin de velours.

Campagne publicitaire: *Le Style Sur-Mesure*

L'opticien Lissac lance une toute nouvelle campagne TV (un spot TV de 30 secondes), qui affirme plus fortement sa différence en poussant un cran plus loin son territoire : **l'opticien premium le plus engagé à faire avancer la vue.**

Cette nouvelle campagne place le **Style Sur-Mesure** au cœur de la marque pour répondre aux aspirations profondes des consommateurs qui ont un désir croissant de **singularité** et d'**originalité**.

Pour les aider, Lissac met en avant dans sa campagne, **3 propositions différenciantes** :

- Les **LUNETTES SUR-MESURE** fabriquées de manière artisanale en France dans l'atelier Lissac
- Le **PERSONAL SHOPPER** un **tout nouveau service** spécialement conçu pour les aider à faire le meilleur choix entre tendances, usage et morphologie
- Une **GRANDE DIVERSITÉ DE MARQUES DE CRÉATEUR**

Un film étonnant en forme de long travelling ininterrompu, où l'on suit une femme, depuis chez son ophtalmologiste, qui lui apprend qu'elle doit désormais porter des lunettes à travers de différentes scènes dans lesquelles ses proches ne se privent pas de lui donner leur avis, jusque chez son opticien Lissac qui l'aide enfin à trouver son style sur-mesure.

Cette campagne constitue une preuve de plus de **l'engagement audacieux** de la marque à faire avancer le monde de l'optique, comme l'indique sa signature lancée il y a 4 ans et qui conclut à nouveau le film « **Lissac, L'opticien qui change la vue** ».

La campagne a été lancée dernièrement en TV sur les chaînes TF1, M6, Canal+ ou encore RMC avec un fort soutien sur le digital (VOL), les médias sociaux et dans le réseau des 250 magasins Lissac.

Plus de 100 ans de savoir-faire et d'innovation au service de la santé visuelle

Fondée par Georges Lissac en 1919, l'enseigne a été la toute première dans l'univers de l'optique à voir le jour en France. Ayant à cœur de rendre accessible à tous un savoir-faire très technique, Lissac a ainsi démocratisé des offres jusqu'alors réservées à quelques privilégiés. En ouvrant son mégastore parisien en 1938, elle a d'ailleurs sorti les lunettes de l'optique purement physiologique pour les exposer en vitrine.

Cultivant cet esprit audacieux, Lissac n'a jamais cessé d'innover. On lui doit notamment les montures Amor en 1946, très résistantes à l'époque, qui ont inspiré les autres acteurs et sont à l'origine du groupe Essilor. Mais aussi le sur-mesure médical ou esthétique ou encore les premières collections de lunettes pour enfants. Une approche avant-gardiste qui perdure et donne régulièrement naissance à des services de pointe.

« Lissac est une référence en matière d'optique et nous avons pour philosophie d'aller toujours plus loin dans tous les domaines, qu'il s'agisse de la technique, des collections, du conseil, des garanties, des prestations... Nos offres s'enrichissent donc en permanence, au fil des tendances, comme en témoignent aujourd'hui l'Assistant Shopping et le Studio Lissac, des services premium et entièrement personnalisés, qui réinventent l'expérience d'achat des lunettes. Notre ambition, elle, demeure intacte : contribuer à améliorer la vue de chacun, quels que soient les envies et les besoins. »

Anne-Charlotte Guillaud, Directrice de l'enseigne Lissac

À propos de LISSAC

Créée en 1919, LISSAC a toujours suivi de près les évolutions scientifiques et techniques pour proposer aux yeux de ses clients l'expertise optique qu'ils méritent. Un haut niveau d'exigence cultivé et partagé par l'ensemble des opticiens du réseau, qui accompagnent tous les membres de la famille, petits et grands, y compris ceux aux besoins spécifiques. L'enseigne, qui compte 257 points de vente au 31 décembre 2023, fait partie du groupement Optic 2000, qui rassemble deux autres enseignes majeures dans le domaine de l'optique et de l'audioprothèse en France : Optic 2000 et Audio 2000. Leur mission est d'améliorer le confort visuel et auditif de tous. www.lissac.fr