



CooperVision®

Guide de survie des cliniques de soins visuels

Partie 2

Avril 2020

www.coopervision.ca

Partie 2... et ensuite?

Fast Company a fait une analyse des entreprises au fil de ses années de publications et en est arrivé aux « cinq stratégies et mesures les plus efficaces pour les entreprises en situation de remontée ». (<https://www.fastcompany.com/3042431/the-biggest-business-comebacks-of-the-past-20-years>) (en anglais)

Voici les cinq principales mesures mises en œuvre par ces entreprises prospères :

- 01** Nouveaux produits;
- 02** Nouveaux dirigeants ou nouvelle stratégie de leadership;
- 03** Expérience de la marque améliorée;
- 04** Nouveaux secteurs ou options d'activités;
- 05** Publicité et marketing accrus.

Jetez un œil à cet article récent de Fast Company; « 5 Creative Ways Small Businesses Are Succeeding During the COVID-19 Quarantine » : <https://www.fastcompany.com/90489203/5-creative-ways-small-businesses-are-succeeding-during-the-covid-19-quarantine>

Alors, quelle est la prochaine étape pour une entreprise de soins visuels? L'objectif de la deuxième partie de ce livre électronique est de vous fournir des listes de vérification réalistes et des liens vers des ressources pour vous préparer pour l'avenir.

Voici les 6 sujets que nous aborderons dans la partie 2 de ce livre électronique :

- En quoi consiste une stratégie de relance... et ensuite?
- Se préparer à la nouvelle normalité... et ensuite?
- Marketing et messagerie... et ensuite?
- Démarrer et générer de nouvelles sources de revenus... et ensuite?
- 10 possibilités qui s'offrent à vous... et ensuite?
- 10 choses que fait CooperVision pour aider les cliniques maintenant et dans l'avenir... et ensuite?



Établir un plan de relance... et ensuite?

Les cliniques de soins visuels qui se sortiront le mieux de cette situation seront celles qui tireront profit de chaque occasion et qui se seront préparées à la réouverture de leur entreprise y compris l'évolution éventuelle de ce à quoi l'avenir pourrait ressembler.

Voici quelques idées à prendre en compte :

Heures d'ouverture de la clinique.

Une solution immédiate consiste à offrir des heures d'ouverture prolongées afin de récupérer les pertes de ventes et de revenus et de prendre en charge l'arriéré de patients qui attendent un report de leur rendez-vous dans un horaire probablement beaucoup plus espacé. Cela peut vouloir dire des journées et des heures plus longues pour vous et vos employés, mais la plupart des employés seront heureux de recevoir la paie associée à ces heures supplémentaires et d'être de retour au travail. Envisagez une disponibilité sur plusieurs soirs et fins de semaine au début.

Employés.

Selon votre situation entourant les mises à pied, les heures réduites ou les employés travaillant à domicile, le retour au travail devrait comporter une stratégie. Vous ne voulez pas que tout le monde revienne la journée de l'ouverture, vous voulez offrir un environnement propre, organisé et prêt à la reprise des activités. Cela pourrait vouloir dire de rappeler quelques employés la semaine précédente pour préparer les choses. Déterminez quels employés peuvent faire des heures supplémentaires et sont prêts à travailler de longues heures pour préparer votre horaire de retour.

Messagerie immédiate.

Pensez à toutes les choses que vous avez dû faire pour fermer votre entreprise, puisque vous devez maintenant réacheminer de nouvelles communications et mises à jour indiquant que vous êtes de retour en affaires :

- Message de mise en attente et boîte vocale;
- Fenêtre contextuelle et bannière sur le site web;
- Heures d'ouverture de la clinique sur le site Web, Google My Business et Facebook;
- Retrait des affiches sur la porte;

Services.

Réactivez les services qui ont été interrompus. Acheminement du courrier, logiciels, paiements par carte de crédit : tout cela doit être réactivé.

Salaires, primes, etc

Établir à nouveau le registre de paie pour les employés qui ont été mis à pied, informer les employés que les programmes de primes seront mis en attente pour les six prochains mois en attendant que les affaires reviennent à la normale.

Garde d'enfants.

Plusieurs employés ayant de jeunes enfants seront assujettis à la réouverture des écoles ainsi qu'aux options de garde d'enfants. Soyez patients pendant que le personnel est en attente de communications de ces établissements ou tente trouver des solutions de rechange.

Se préparer à la nouvelle normalité... et ensuite?

Les affaires ne reviendront certes pas à ce qu'elles étaient auparavant. En fait, si nous considérons les exemples de la Chine et de Singapour, ils ont graduellement intégré le retour aux activités, en incluant le port du masque pour tous et la distanciation sociale dans toutes les entreprises.

À quoi cela pourrait-il ressembler dans une entreprise de soins visuels?

Des rendez-vous espacés – toutes les 30 minutes ou toutes les heures;

Rendez-vous requis pour choisir ou récupérer des articles de lunetterie ou des lentilles cornéennes;

Seulement deux membres d'une même famille à la fois;

Journées ou heures dédiées aux personnes âgées ou aux personnes les plus vulnérables au virus;

Évaluation et questionnaire santé en ligne avant l'arrivée;

Envoi d'un message texte par le patient à son arrivée et attente dans la voiture jusqu'à ce que la réception lui indique par message texte le moment d'entrer dans la clinique;

Vérification de la température des patients à l'entrée de la clinique;

Distanciation des patients par le personnel dans différentes aires d'attentes désignées;

Protocoles de stérilisation lorsqu'un patient entre dans la clinique;

Plus de mesures réduisant les manipulations, par exemple, les paiements, les formulaires et la prise de rendez-vous en ligne, la livraison directement au patient plutôt que la cueillette;

Lignes directrices pour les activités qui impliquent de toucher aux yeux comme l'ajustement de lentilles cornéennes, l'administration de gouttes, les prétests, les manipulations des paupières, etc.;

Équipements de sécurité pour le personnel, y compris les tenues de protection, les blouses de plastique, les gants en caoutchouc, les masques médicaux (non N95), les lunettes de protection avec écrans de protection;

Protocoles de stérilisations après chaque examen, distribution de produits, ajustement, etc.;

Rendez-vous de suivi par télé santé plutôt qu'en personne;

Téléoptométrie pour tous les rendez-vous qui ne nécessitent pas la présence du patient;

Feuille de directives prévisite;

Services d'abonnement pour que les patients n'aient pas à revenir à la clinique.

Comment vous préparerez-vous à cela?

Les cliniques avisées établiront un plan à l'avance pour chacune des situations potentielles citées précédemment.

Marketing et messagerie... et ensuite?



Plusieurs cliniques de soins visuels hésiteront à consacrer des sommes au marketing, pourtant c'est exactement le contraire de ce qu'elles devraient faire. Les coûts de publicité seront plus bas que jamais pour acheter de la visibilité sur Google, Facebook et Instagram. Il est possible que les concurrents ne fassent pas de publicité offrant ainsi encore plus d'occasions de visibilité.

Plan publicitaire pour la relance :

- Programme de la campagne d'ouverture.** Y compris des publipostages électroniques pour tous les patients, des publications sur les médias sociaux, des messages texte, des publicités numériques, des publicités sur les médias sociaux et sur le site Web.
- Publicité ciblée.** Qui dispose du plus grand revenu parmi les consommateurs? Les personnes âgées? Les cadres? Les 40 à 60 ans? Travaillez avec votre agence de publicité pour faire de la publicité ciblée.
- L'utiliser ou le perdre.** De nombreux Canadiens ont été mis à pied définitivement et ils ont entre 30 et 90 jours pour utiliser leurs prestations de maladie.
- Forfait.** Après cette pandémie, les gens seront plus sensibles au prix que jamais. Il est important d'offrir un forfait ou un produit à prix de liquidation.
- Acheter maintenant, payer plus tard.** Envisagez d'intégrer des options financières afin que les patients puissent profiter de l'achat d'une paire de lunettes à 1 000 \$ et de les payer progressivement. Desjardins : <https://www.desjardins.com/entreprises/financement-cartes-credit/cartes-credit/index.jsp>
- Marketing axé sur les soins.** Ce type de marketing est courant pendant une crise et a tendance à donner d'excellents résultats. Élaborez des messages comme « nous sommes là pour vous », « nous sommes peut-être fermés, mais vous pouvez toujours nous joindre », « voici 10 choses que nous faisons pour assurer votre sécurité ».
- Marketing axé sur la cause.** Semblable au marketing axé sur les soins, mais avec un don à une cause caritative. Exemple : Achetez une nouvelle paire de lunettes et nous donnerons 10 \$ à la banque alimentaire.
- Marketing axé sur la sécurité.** Il y aura beaucoup de préoccupations au sujet de la propreté, de la stérilisation et des mesures de sécurité. Concevez vos publicités en misant sur la façon dont vous assurez la sécurité des patients dans votre clinique.
- Subvention marketing.** Travaillez avec votre agence de publicité pour profiter de subventions comme celles qui sont annoncées par Facebook et Google. <https://www.facebook.com/business/boost/grants>
- Afficher la NOUVEAUTÉ** Peu importe ce qui se produit dans l'économie, les consommateurs sont toujours attirés par la nouveauté et les tendances. Qu'il s'agisse d'une nouvelle gamme de produits, d'un nouveau créneau médical ou de nouvelle technologie, assurez-vous de l'intégrer à votre plan de marketing.

Vous aimeriez obtenir davantage d'idées marketing? Téléchargez ce livre de stratégies marketing en 2020 créé pour aider les entreprises de soins visuels à s'adapter au nouveau climat économique : https://marketing4ecps.com/wp-content/uploads/2020/03/Marketing4ECps_NewNarrative-Playbook_2020-Final-min.pdf (en anglais)

Démarrer et générer de nouvelles sources de revenus... et ensuite?

Les entreprises de soins visuels qui récupéreront et qui se développeront après la pandémie seront celles qui seront perçues comme des chefs de file et innovatrices. Celles qui seront prêtes à prendre des risques et à essayer de nouvelles choses.

Voici 10 façons de générer de nouvelles sources de revenus :

01 Commerce électronique

Réappropriiez-vous les ventes en ligne que vous laissez peut-être échapper.

06 Thérapie visuelle

Aidez à corriger certains problèmes de vision et à améliorer les habiletés visuelles.

02 Vente au détail.

Vendez de tout. Quels sont les articles que vous ne vendez pas actuellement comme des gouttes ophtalmiques, des traitements pour la sécheresse oculaire, des vitamines, du maquillage pour les yeux, des nettoyants pour paupières, des boîtiers pour lentilles cornéennes, des accessoires et des solutions? Alors, installez une « aire de vente au détail » libre-service.

07 Lunettes de lecture et pour la fatigue oculaire numérique en vente libre.

Combien de ventes vont à des pharmacies et à des boutiques en ligne alors qu'elles pourraient plutôt profiter à votre entreprise.

03 Sécheresse oculaire.

Une grande occasion d'affaires alors que 30 % des Canadiens souffrent de sécheresse oculaire. Grâce aux progrès des traitements et des technologies pour la sécheresse oculaire, la possibilité de gagner un revenu supplémentaire souhaité est bien réelle avec la sécheresse oculaire. Visitez : <https://mydryeye.ca/> (en anglais)

08 Contrôle de la myopie.

Il s'agit d'une épidémie en pleine croissance et en voie d'explosion au Canada. Cernez les options à offrir aux patients pour le contrôle de la myopie et démarrez un nouveau créneau médical. ** MiSight

04 Lentilles cornéennes spécialisées.

Devenez l'expert de l'ajustement dans votre région pour les lentilles sclérales, les lentilles rigides perméables aux gaz les lentilles toriques, les lentilles multifocales et les ajustements difficiles.

09 Abonnements.

Inscrivez vos patients porteurs de lentilles cornéennes, souffrant de sécheresse oculaire ou qui prennent des produits nutraceutiques à des abonnements annuels, ce qui leur évitera d'avoir à « magasiner » ou de revenir pour des fournitures.

05 Entraînement visuel sportif

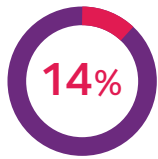
Les athlètes sont prêts à payer cher pour un entraînement visuel à réagir plus rapidement et plus efficacement pour ainsi améliorer leur jeu.

10 Basse vision.

À mesure que la population vieillit, le besoin de dispositifs de correction pour améliorer la vision augmente aussi.

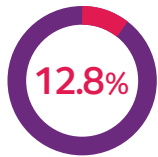
10 possibilités qui s'offrent à vous... et ensuite?

Parfois, les plus grandes possibilités dans notre industrie se trouvent sous nos yeux. Voici quelques faits, statistiques et tendances dignes d'intérêt qui montrent des revenus immédiats et des occasions d'affaires au bout de nos doigts.



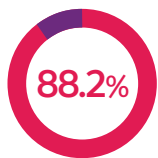
Seulement 14 % des Canadiens portent des lentilles cornéennes. (The Vision Council Report, T4 2019) Report)

Ce nombre est considérablement faible compte tenu de la multitude de modalités, de technologie et de puissances disponibles, suggérant qu'au moins 50 % des prescriptions devraient être ajustées sous forme de lentilles cornéennes.



Seulement 12,8 % des Canadiens possèdent une paire de lunettes solaires avec prescription. (The Vision Council Report, T4 2019)

Il en va de votre obligation, à titre de fournisseur de soins oculaires de recommander une protection contre la lumière ultraviolette. Tout le monde devrait être encouragé à acheter des lunettes solaires avec prescription.



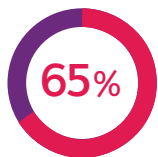
Plus de 12,8 % des Canadiens portent des lunettes de lecture en vente libre. (The Vision Council Report, T4 2019)Report)

La plupart de ces lunettes de lecture en vente libre sont de qualité médiocre et la puissance ne correspond pas à leur prescription. Si l'individu moyen en achète quelques paires par année, nous devrions l'orienter vers une paire de lunettes de lecture mesurée et fabriquée selon sa prescription.



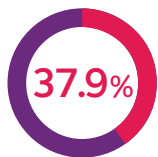
La myopie est un problème en croissance.

Elle affecte environ 30 % de la population canadienne (11 M). (Eyecarebusiness.ca). Offrir des options de contrôle de la myopie comme les lentilles cornéennes MiSight aide non seulement à améliorer la vision, mais aussi à améliorer la qualité de vie.



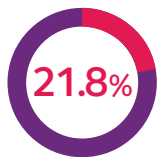
Ventes d'antireflets à 65 % pour 5 ans. (The Vision Council Report, T4 2019)

Cela signifie que 35 % de la population ne porte pas de lentilles avec traitement antireflets. Dans le monde numérique, cela est inadéquat. Cette catégorie devrait être en croissance plutôt que de stagner.



37,9 % des Canadiens portent des lunettes solaires sans prescription coûtant moins de 50 \$ (The Vision Council Report, T4 2019)

Cela signifie qu'ils portent des lunettes solaires de qualité de pharmacie, de magasin à un dollar ou de station-service. Il existe une énorme occasion de faire de l'enseignement pour les orienter vers des lunettes solaires sans prescription de qualité supérieure.



21,8 % des lentilles cornéennes sont vendues en ligne au Canada. (The Vision Council Report, T4 2019)Report)

Bonne nouvelle, cela signifie que 78,2 % sont toujours achetées dans un lieu physique. Mauvaise nouvelle, ce nombre est en croissance. Vous devez être en mesure de faire concurrence.



Seulement 1 Canadien sur 4 possède une deuxième paire de lunettes. (Eyecarebusiness.ca)

Cela se passe d'explications. Tout le monde devrait avoir une paire de lunettes de secours avec sa prescription actuelle.



Le cycle de renouvellement d'achat des articles de lunetterie des Canadiens est de 2,8 ans. (The Vision Council Report, T4 2019)

C'est encore plus que la statistique de 2018, qui était de 2,6 ans. C'est un domaine que nous pouvons améliorer en rappelant et en relançant les patients à revenir plus rapidement pour des examens de santé oculaire et en faisant la promotion de nouveaux articles de lunetterie.

10 choses que fait CooperVision pour aider les cliniques maintenant et dans l'avenir... et ensuite?

Nous vous avons écoutés. Nous sommes là pour vous aider. Nous agissons rapidement pour aider les professionnels de la vision en offrant des ressources, une assistance, des outils et des rabais pour faciliter un peu les choses en période difficile.

01 **Maintien de la production et de l'expédition.**

Nous sommes toujours en pleine production, et en plein approvisionnement. Les lentilles cornéennes comptent parmi les fournitures médicales, et nous comprenons leur importance dans la vie quotidienne de vos patients.

02 **Modalités de paiement prolongées.**

Pour les cliniques de soins visuels en règle admissibles, nous offrons des modalités de paiement prolongées sur les factures courantes en attente. Étant donné que vos liquidités et vos processus d'affaires peuvent être perturbés, nous avons mis en place une prolongation de paiement de 30 jours pour les achats faits en mars, avril et mai 2020.

03 **Expédition gratuite pour les commandes directes aux patients.**

CooperVision offrira gratuitement la livraison de lentilles cornéennes directement aux patients jusqu'au 30 juin. Les lentilles seront expédiées aux patients en votre nom, de la part du professionnel de la vision qu'ils connaissent et en qui ils ont confiance. Nous fournissons également des directives sur l'activation de la livraison directe aux patients lors de la commande de lentilles, ainsi qu'un publipostage électronique que vous pouvez personnaliser et utiliser pour aviser vos patients qu'ils peuvent commander leurs lentilles et les recevoir à domicile.

04 **Crédit sur les soldes à la banque « VIP ».**

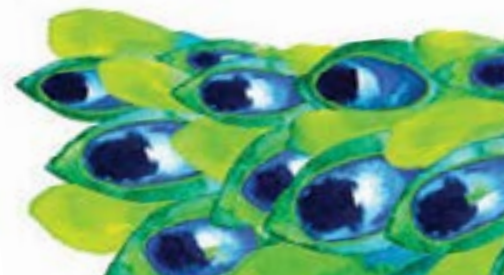
Nous annulerons automatiquement toute banque VIP avec des montants et nous créditerons la différence entre le solde dû restant (ce qui reste à payer) à la banque VIP et la valeur restante du produit dans la banque. Cela vous permettra de conserver ces liquidités dans vos coffres et nous continuerons de vous soutenir en garantissant vos tarifs VIP jusqu'au 30 juin 2020. Cette offre s'appliquera aux clients qui ont un solde dû restant sur leur achat de la banque VIP supérieur à la valeur du produit restant dans la banque VIP, et s'appliquera aux montants pendant la période de mars et les suivantes.

05 **Prolongation des prix au volume.**

Nous avons automatiquement prolongé les gels de prix sur tout achat de lots de marchandise (100 boîtes ou plus des produits admissibles) jusqu'au 30 septembre 2020.

06 **Facturation différée de 90 jours nets.**

Facturation différée de 90 jours nets. Nous offrons une facturation différée de 90 jours nets sur tout achat de marchandise à partir de maintenant jusqu'au 31 mai 2020.



07 Soutien à la communication continue avec les patients.

Nous savons que vos patients ont des questions au sujet de la sécurité des lentilles cornéennes, du port et de l'entretien des lentilles en lien avec la COVID-19, et des procédures d'expédition directement au patient. Nous répondons à ces questions sur notre site Web et nos médias sociaux pour appuyer vos propres communications avec les patients. De plus, vous pouvez consulter notre site Web de ressources marketing qui contient des images, des renseignements, et des outils éducatifs pour les patients que vous pouvez télécharger sur vos médias sociaux pour rester en contact avec votre bassin de patients : (<https://coopervision.ca/fr/ressources-en-marketing>)

08 Rabais à expédier par courriel aux consommateurs.

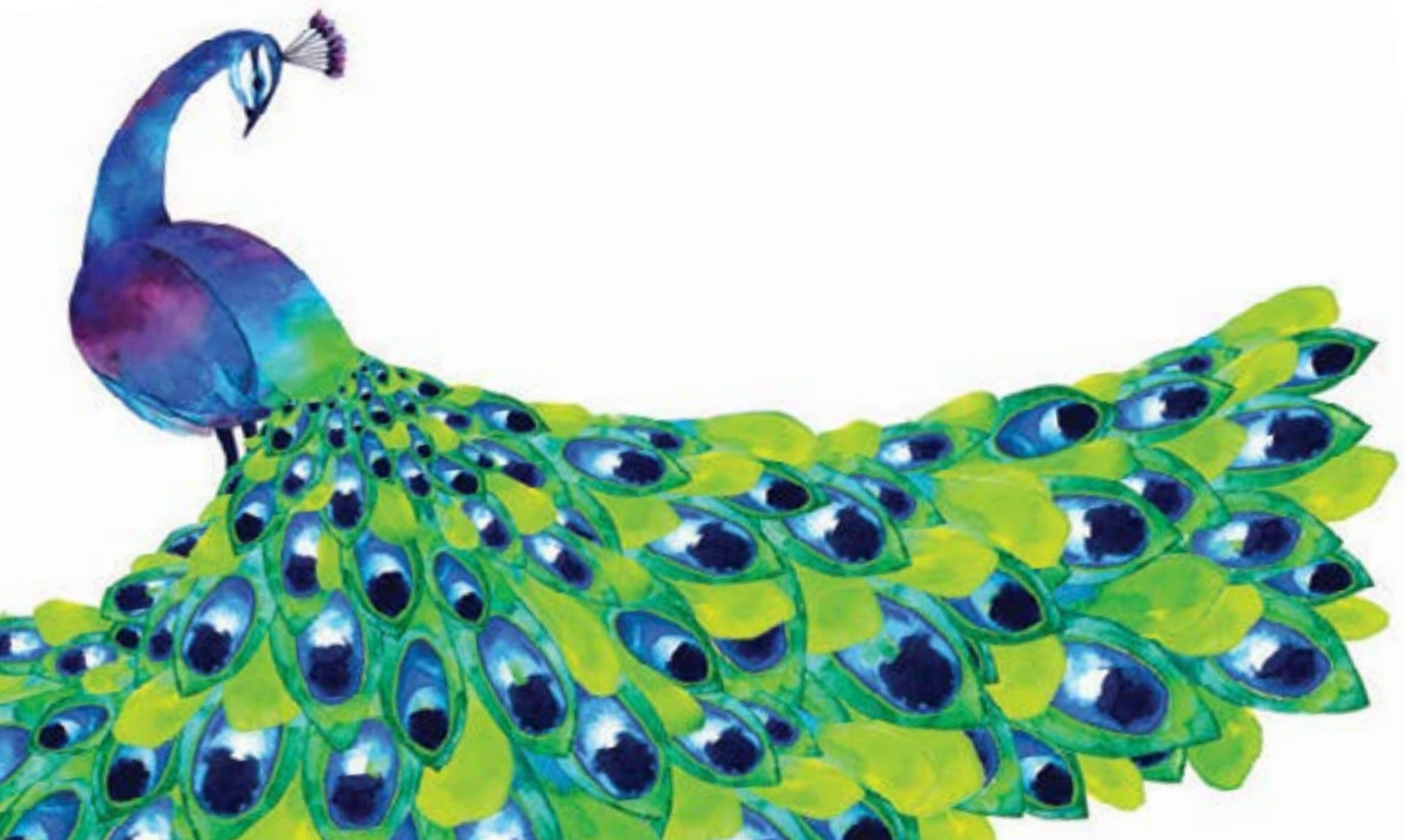
Pour faire en sorte que vous puissiez continuer d'offrir à vos patients les rabais auxquels ils ont droit, toutes nos remises postales sont disponibles en format PDF qui peut être facilement transmis par courriel à vos patients même lorsqu'ils reçoivent leurs lentilles directement à domicile. Les rabais en format PDF sont disponibles sur notre site Web de ressources marketing (<https://coopervision.ca/fr/ressources-en-marketing>) ou par l'entremise de votre représentant CooperVision.

09 Méthode pratique de paiement en ligne.

Nous disposons d'un nouveau lien que vous pouvez utiliser pour effectuer le paiement de votre compte en ligne. <https://coopervision.ca/fr/payezmaintenant>. Il peut également être utilisé pour le paiement des produits expédiés directement aux patients. Veuillez prendre note que certains clients pourraient ne pas être admissibles en raison d'une structure ou d'un engagement de paiement préexistant. Veuillez faire parvenir un courriel à notre service des comptes clients à l'adresse payment@coopervision.ca pour vérifier votre admissibilité.

10 Équipe de CooperVision en contact avec les clients.

Malgré le fait que notre équipe des ventes travaille à domicile, elle demeure entièrement disponible pour vous aider et vous soutenir. Communiquez avec eux si vous avez besoin de quoi que ce soit, et ils entreront en contact avec vous tout aussi activement. Notre objectif est d'aider de toutes les façons possibles. Le service à la clientèle poursuit aussi pleinement ses activités et est là pour vous également au 1-800-268-5367 (faites le 1 pour le service à la clientèle).



Nous serons plus forts... ensemble

De la part de toute l'équipe de CooperVision Canada, nous remercions de votre soutien et nous vous souhaitons une reprise rapide de vos activités.

Dernière remarque :

Les entreprises ont déjà été mises à l'épreuve et ont survécu. Nous avons vu des inondations, des feux de forêt, des tempêtes de verglas et des ouragans. Nous sommes résilients. Nous nous adapterons, et recollerons les morceaux. Nous prendrons ce temps pour nous préparer à de meilleurs jours et nous serons forts.

Nous sommes Canadiens.

Rejoignez vous à nous #soinsvisuelsfortsCA



Sources :

Adweek: <https://www.adweek.com/brand-marketing/what-can-brands-do-if-the-coronavirus-crisis-drags-on-for-months/>

BMS Group: www.cao.bmsgroup.com

Businesslink: <https://businesslink.ca/covid-19/>

BusinessPrepGuidePanPrep2020

Canadian Government: <https://www.canada.ca/en/department-finance/economic-response-plan.html#businesses>

CAO: <https://opto.ca/news/coronavirus-covid-19-in-canada>

Chamber of Commerce: <http://www.chamber.ca/resources/pandemic-preparedness/>

CRiB: <https://www.cfib-fcei.ca/en/small-business-resources-dealing-covid-19>

HBR.com Harvard Business Review: <https://hbr.org/>

Desjardins: <https://www.desjardins.com/ca/business/financing-credit/credit-cards/index.jsp>

Fast Company: <https://www.fastcompany.com/90489203/5-creative-ways-small-businesses-are-succeeding-during-the-covid-19-quarantine>

Facebook: <https://www.facebook.com/business/boost/grants>

Marketing4ecps: <https://marketing4ecps.com/covid-19-resources/>

MyDryEye: <https://mydryeye.ca/>

OAC: <https://opticians.ca/company/roster/companyRosterDetails.html?companyId=28793&companyRosterId=63&nav=sidebar>

SECO University: <https://secouniversity.com/why-you-need-an-online-e-store/>

SolutionReach: <https://www.solutionreach.com/>

<http://brainzooming.com/successful-business-strategy-whats-behind-a-business-comeback/23758/>

<https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/getting-workplace-ready-for-covid-19.pdf>

