



Онлайн-саммит The PULSE компании Transitions

Компания Transitions Optical 9-10 февраля 2021 г. провела глобальный онлайн-саммит The PULSE Transitions. Саммит в течение двух дней транслировался на разных языках. Для России видео сопровождалось субтитрами на русском языке.

Саммит открыла из Парижа **президент Transitions Optical & Essilor Europe Кристель Барранджер** (Chrystel Barranger). Она объявила основные темы, которые будут освещены в ходе трансляции: потребительское поведение и COVID-19, презентация новых фотохромных линз XTRActive Polarized New Generation, стиль и тренды.



Кр. Барранджер отметила, что проведенный компанией глобальный опрос потребителей показал, что в пору пандемии 86% опрошенных больше всего беспокоится о своем здоровье и здоровье семьи, и у 70% в центре внимания здоровье глаз. Компания Transitions Optical со своими продуктами, разработанными на основе передовых технологий, может предложить пользователям очками такую защиту.

Далее с участниками саммита вела беседу **вице-президент по глобальному маркетингу компании Transitions Optical Элиз Биош** (Elise Bioche). Вопросы защиты глаз Элиз Биош обсудила с **проф. Франсин Бехар-Коэн** (Francine Behar-Cohen), офтальмологом из



Университета Париж-Декарт (справа на фото). Ф.Бехар-Коэн кратко рассказала об изменении качества света, в основном воздействующего на современного человека, и о многофакторном влиянии на зрение мониторов цифровых устройств. Она считает, что защищать глаза надо не только летом, но и зимой и даже внутри помещения, где на глаза воздействует вредный синий свет мониторов. Поэтому так важно иметь линзы, которые обеспечивают постоянную защиту глаз от всех типов опасных для зрения излучений.

Э.Биош отметила, что в фотохромных линзах Transitions Signature GEN8 защита от высокоэнергетического синего света работает даже в помещении, когда линзы прозрачны. В неактивированном состоянии линзы блокируют, по крайней мере, 20% синего света. 89% потребителей, которые попробовали Transitions Signature GEN8, предпочли их прозрачным линзам (глаза меньше устают и лучше защищены).

Далее **директор по маркетингу Transitions USA Пейшенс Кук** (Patience Cook) рассказала подробнее о результатах тестирования пользователями фотохромных линз Transitions Signature GEN8, обеспечивающих 3-ю степень защиты от солнечного света.

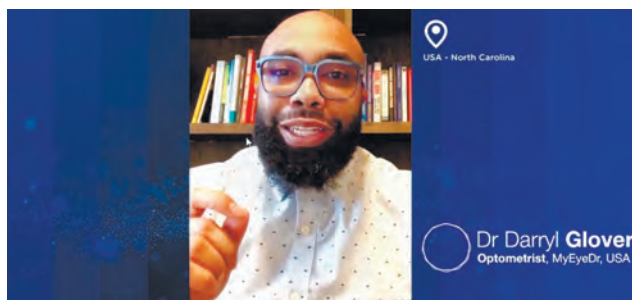


Опрос показал, что после ношения Transitions Signature GEN8 7 из 10 пользователей заявили, что в этих линзах они менее чувствительны к свету. Тестирование также показало, что люди предпочитают линзы 3-й степени защиты линзам 2-й категории солнцезащиты, даже они немного быстрее затемняются. 82% тех, кто носил линзы всего неделю, сказали, что они купят эти линзы, и столько же сказали, что порекомендуют их другим. 93%, купивших Transitions Signature GEN8, полностью или очень удовлетворены покупкой. Они отметили, что лучше видят при любом освещении, как внутри помещения, так и снаружи, при изменении освещенности; и им также нравится выбор предлагаемых



цветов. Transitions Signature Gen8 доступны с линзами Essilor, Eyezen и Varilux.

Практикующий оптометрист из США Даррил Гловер (Darryl Glover) с восхищением отозвался о своем опыте работы с линзами Transitions Signature Gen8 и поинтересовался у Элиз Биош, что еще собирается предложить команда Transitions для пользователей.



О запуске двух новых фотохромных линз компании рассказал из Дублина **вице-президент Transitions Optical по инновационным технологиям Брайен О'Нейлл** (Brian O'Neill). Новые фотохромные линзы **Transitions XTRActive Polarized** фактически уже запущены в США в начале 2021 г. с одним из ключевых партнеров, компанией Younger Optics. В течение 2021 г. и начале 2022 г. линзы станут доступны по всему миру. Transitions XTRActive Polarized – это единственные фотохромные поляризационные линзы, они защищают как от яркого света, так и от бликов.



Линзы Transitions XTRActive Polarized полностью прозрачны в помещении и очень темные в активированном состоянии, кроме того, у них очень высокая эффективность поляризации (90%), что соответствует уровню лучших фотохромных солнцезащитных линз. В линзах применена уникальная многослойная матрица и новые ультрабыстрые фотохромные молекулы. Технология линз защищена 400 патентами.

О'Нейлл привел отзыв об этих линзах **Президента и Генерального директора Younger Optics Дэвида Рипса** (David Rips): «На мой взгляд, это, вероятно, самая комфортная линза на рынке».

Далее Б.О'Нейлл рассказал о новых фотохромных

линзах **Transitions XTRActive New Generation**, запуск которых намечен на июль 2021 г. (пока только в США). Он отметил, что перед разработчиками новых линз стояла задача: одновременно усилить глубину затемнения линзы и повысить скорость реагирования, а также увеличить затемнение при высокой температуре. И эта задача была успешно решена. Благодаря современной фотохромной технологии, включающей последнее поколение нанокompозитной матрицы и новое поколение сверхмощных пигментов (реагирующих не только на УФ-излучение, но и высокоэнергетические лучи видимого спектра), линзы Transitions XTRActive New Generation – самые темные фотохромные линзы при высоких температурах. Они – единственные фотохромные линзы, которые активируются до 3-й степени затемнения при 35 градусах. И они на 35% быстрее, чем предыдущее поколение фотохромных линз Transitions. Кроме того, Transitions XTRActive New Generation – самые темные фотохромные линзы в салоне автомобиля: они активируются за лобовым стеклом автомобиля до 2-й степени защиты. И при этом отвечают требованиям по управлению автомобилем. В помещении они отсекают 34% синего света, а под открытым небом – 90%. Новые линзы фильтруют вредный синий свет в помещении в 3,4 раза больше, чем обычные прозрачные линзы и в 10 раз больше под открытым небом. Они обеспечивают наилучшую защиту от синего света. Причем Transitions XTRActive New Generation доступны в 3-х цветах: сером, коричневом и зеленом.

В следующей презентации специалисты компании рассказали, как Transitions помогает пользователям создавать своей продукцией индивидуальный стиль. **Шарлотта Хамель (Charlotte Hamel)**, директор по глобальным коммуникациям Transitions Optical, вместе с **Руководителем дизайна Группы Luxottica Маттео Баттистоном (Matteo Battiston)** обсудили последние очковые тенденции.



В частности, приобретает все большую популярность защитная функция очков, которая обеспечивается большими размерами оправ, зеркальными покрытиями и темными линзами. Фотохромные линзы Transitions дают возможность больше не идти на компромисс, выбирая между стилем и защитой. 3 года назад Transitions запустил новые модные цвета и зеркальные покрытия.

Представляем лучшие и
единственные прозрачные
линзы с функцией поляризации



XTRACTIVE® POLARIZED

Мгновенное затемнение Transitions XTRActive

Технология последнего поколения Xtractive для защиты от света в УФ- и видимом спектре излучения. Первый продукт с использованием новейшей технологии затемнения.

Динамическая поляризация

Революционная разработка с использованием фотохромных молекул с дихроичными свойствами.

В помещении

Прозрачные линзы Transitions XTRActive Polarized с остаточным затемнением для дополнительной защиты от яркого искусственного освещения.



В автомобиле

За ветровым стеклом автомобиля линзы Transitions XTRActive Polarized затемняются, защищая глаза от яркого солнца во время вождения. Функция поляризации при этом неактивна.



На открытом воздухе

Уникальная технология адаптирует линзы в зависимости от интенсивности освещения. Фотохромные молекулы XTRActive максимально затемняют линзу при самом ярком солнце.



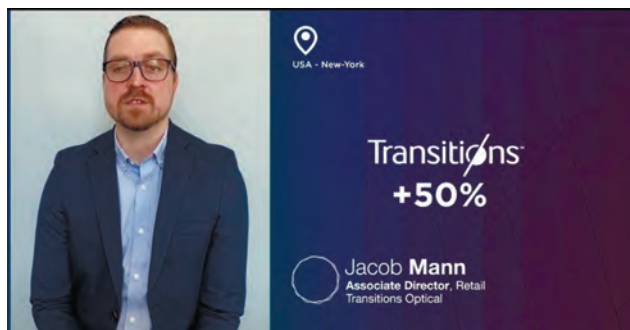
При ярком ослепляющем свете

При ярком солнце активируется функция переменной поляризации, блокирующая до 90 % ослепляющего света.





О том, что привнесли в оптический бизнес новые цвета покрытия линз Transitions, рассказал заместитель **директора по розничным продажам Transitions Optical Джейкоб Манн (Jacob Mann)**. Он привел в пример несколько оптик, в которых благодаря линзам Transitions с модными цветами удалось обеспечить успешный бизнес и рост продаж.



Своими впечатлениями от работы с линзами Transitions поделились несколько гостей The PULSE Transitions.

Ш. Хамель представила коллекции оправ 2020-2021 гг., специально разработанные для линз Transitions (Wake up the icons, circle square и др.).



Далее слово опять взяла **Президент Transitions Optical & Essilor Europe Кристель Барранджер**, которая отметила появление новых покупательских моделей и передала слово для более детального обсуждения этого вопроса **Стефану Кайролю (Stephane Cairole)**, **управляющему директору и старшему партнеру парижского отделения американской консалтинговой компании BCG (Boston Consulting Group)**.

Компания каждый месяц с начала пандемии проводит крупномасштабные исследования потребительских настроений с участием 6000 потребителей на 4 континентах. Полученные данные свидетельствуют, что пандемия и связанный с нею кризис привели к серьезным изменениям в поведении потребителей. Во-первых, произошло смещение потребительских категорий: потребители все больше тратят на дом, здоровье и благополучие и меньше на другие категории товаров. Неуверенность



в доходах способствовала переключению внимания на основные потребности. И С.Кайроль отметил, что оптика при этом изменении оказалась среди победителей. Второй заметный сдвиг – это постепенное внедрение омниканальных онлайн-моделей, таких как «кликни и получи». И это изменение, по его мнению, надолго. 25% потребителей в США планируют в следующем месяце потратить на онлайн-покупки больше, чем до пандемии, а в Китае такие настроения у 39% опрошенных. При этом потребители заявили, что им не хватает физического присутствия в магазине, примерки и просмотра товаров, получения консультации. Третья тенденция изменения покупательских привычек: покупатели реже совершают походы в магазины, больше становится покупательская корзина, и покупатели минимизируют время, проведенное в магазине, но при этом стремятся увеличить «качественное» время.

К.Барранджер привела в пример оптический бизнес, который быстро приспособился к новым условиям, в частности, резко выросла практика предварительной записи на прием (посещение) в оптике.

С.Кайроль отметил, что запись на прием – это новая функция, которая все больше распространяется в розничной торговле, так как она отвечает потребности как в безопасности, так и удобстве. Он также заметил, что люди готовы проводить больше времени в магазине, когда оно того стоит. Это потрясающая возможность для отрасли, в которой профессиональные советы являются краеугольным камнем. И поскольку оптика относится к категории здоровья, люди готовы на нее тратить больше. Можно рекомендовать бренды и продукты более высокой цены с большим объемом преимуществ.

Касаясь последних тенденций цифровых технологий продаж, С.Кайроль привел данные проведенного BCG опроса. Некоторые категории товаров быстро переходят в онлайн, но доля онлайн сильно варьирует от категории к категории. Например, для свежих продуктов она может составлять 10%, а для моды – 50%. Другая модель – омниканальная, где «дигитал» и магазин дополняют друг друга. Так обстоят дела и в оптике. Победителями будут те, кто первыми воспользуется цифровыми возможностями. Далее докладчик посоветовал, что надо делать. Первое – создать онлайн-трафик в ваш собственный магазин, обеспечив сильное присутствие в ключевых цифровых



точках взаимодействия с потребителями (веб-сайты с видео и информацией о брендах, социальные сети). Второе – использовать CRM (Систему управления взаимоотношениями с клиентами, о CRM см., например, википедию) для развития персонализированного взаимодействия с вашим клиентом до, во время и после покупки.

В третьих – упростить путь потребителя на всех этапах. Например, предложить виртуальную примерку, предоставить площадки для записи на прием.

Далее **К.Барранджер** предложила **Элиз Биош** рассказать, что эти изменения означают для Transitions. Э.Биош представила результаты проведенного Transitions глобального опроса потребителей, в котором участвовало 6400 человек из 9 стран мира. Была поставлена задача узнать, как рост цифровых технологий изменил привычки людей покупать оптические товары. В результате были получены те же тенденции, что были отмечены С.Кайролем для других товаров. 62% потребителей сказали, что им нравится делать покупки в интернете, потому что это удобно и безопасно. Интернет дополняет физические покупки, и люди по-прежнему любят ходить в магазины. На вопрос, где бы вы стали покупать очки сегодня, ответы распределились так: 49% участников заявили, что обратятся в местную независимую оптику, 45% – в сетевую оптику, купят онлайн – 6%. 61% пользователей перед покупкой товара проводят онлайн-поиск. В равной степени проверяют сайты оптики и брендов. В первую очередь ищут информацию о брендах и товарах (62%).



Э.Биош отметила, что с линзами Transitions оптика получает преимущество известного бренда. Transitions – это бренд, который больше всего инвестирует в средства массовой информации по всему миру, что делает его одним из самых известных и любимых брендов в области оптики, а потребителям легче найти в интернете бренд, который хорошо заметен. Благодаря инвестициям в интернет-ресурсы и оптимизацию поиска в сети каждый год веб-сайт Transitions посещают 5 миллионов человек, а с конца 2020 г. инвестиции станут еще больше. В 2020 г. число людей, которые искали оптику, на нашем сайте удвоилось и составило 300 000 поисковых запросов, и это реальный импульс для оптик. Второе по значимости изменение, которые мы видим в оптике, – это запись на прием перед ее посещением. Сегодня это происходит

в 48% посещениях. И многие оптики предлагают такую возможность. 70% оптиков согласны с тем, что запись на прием – это хорошо, и что новая практика сохранится и после пандемии. В США уже 20% заказов делается онлайн. И это число будет только расти. Э.Биош сообщила, что с 2021 г. Transitions предоставит возможность записываться на прием в оптику непосредственно на веб-сайте Transitions.com. Этой услугой могут воспользоваться те оптики, которые сами не предоставляют такую возможность. Все больше людей используют виртуальную примерку. В прошлом году в оптиках наблюдался взрывной рост объема онлайн-примерки.



Вероятность того, что покупатель, используя виртуальную примерку, предлагаемую Transitions, затем посетит салон оптики, в 2 раза выше. Далее была продемонстрирована виртуальная примерка с различными линзами Transitions. В заключение Э.Биош назвала три ключевых направления для улучшения продаж: коммуникация, обучение и вдохновение. Компания много инвестирует в обучение оптиков, чтобы сделать их экспертами по продуктам Transitions. Вскоре будет запущена цифровая обучающая платформа со всеми необходимыми ресурсами.



Итоги саммита подвела **Кристель Барранджер**, которая призвала всех специалистов отрасли объединить свои усилия для преодоления последствий кризиса, вызванного пандемией COVID-19. Сложившаяся ситуация вызвала повышенный интерес к линзам, к их защитной функции. Хорошее здоровое зрение очень важно. Новые покупательские тенденции открывают для оптиков новые возможности, и бренды – гарантия высокого качества продукта.