E.S.M. de Muret
Chemin de la Pyramide
31600 MURET

Rapport d'activité

B.T.S. Opticien Lunetier

Session 2011

Barcarès Optique
Bd. Du 14 juillet
Résidence Le Pôle N°19
66420 Le Barcarès

Remerciements :

Je tiens à remercier l'ensemble du groupe pédagogique de l'E.S.M. (École Supérieure des Métiers) de Muret qui grâce à leur compétence nous transmettent les connaissances et le savoir-faire requis.

Je tiens également à remercier mon entourage qui m'a soutenu dans mon choix d'orientation.

Introduction :

Depuis toujours, j'ai été fasciné par tout ce qui pouvait toucher au domaine de la santé. Mon premier choix à la sortie du lycée a été de me diriger vers la faculté de médecine, mais je me suis vite rendue compte, face à la difficulté de ce concours, que cela n'était pas fait pour moi.

Comme chaque année, il se déroule au mois de janvier le salon de l'étudiant INFO SUP (endroit incontournable pour essayer de trouver sa voie lorsqu'on est étudiant et un peu perdu dans ce monde qui s'ouvre devant nous). Je m'y suis rendu comme beaucoup d'autre avec une seule envie trouver une filière de la santé qui allie besoin à la personne et technique manuelle. Mon attention c'est arrêtée sur un stand de l'ISO (Institut Supérieur d'Optique) qui m'a fait découvrir les attraits du métier d'opticien.

Quelque jours après je me suis rendu au magasin d'optique de mon village pour me faire une idée de ce à quoi correspond vraiment la profession d'opticien, car pour moi opticien équivalait à marchand de lunette. Dès ce jour, j'ai su que ce métier été fait pour moi, il correspondait à tout ce que je souhaitais en passant du relationnel à l'aspect technique propre à l'optique.

J'ai eu la chance de pouvoir effectuer pendant les grandes vacances un stage d'observation dans le magasin Barcarès Optique, ce qui m'a conforté dans mon choix d'orientation professionnelle.

A la suite de cette expérience, j'ai décidé de préparer mon BTS Opticien Lunetier en alternance car c'est ce qui me correspondait le plus. Cette formation me permet d'acquérir une expérience professionnelle en parallèles des cours que l'on peut avoir pour notre formation théorique.

Dans ce rapport d'activité, je vais vous présenter dans un premier temps le magasin avec tous ses attraits. Nous poursuivrons ensuite sur l'évolution de mon insertion dans l'entreprise. Et enfin, nous terminerons sur une analyse de l'activité saisonnière.

Sommaire

I. Le magasin :

1. Implantation du magasin :

Situation géographique et caractère attractif de la zone
La clientèle
Les prescripteurs
Le marché de l'optique

2. Présentation de l'entreprise :

Le magasin
Le statut juridique
La stratégie commerciale

II. Mon insertion dans l'entreprise :

1. Mes premiers pas dans le monde de l'optique :

Familiarisation avec le matériel et le magasin
L'approche commerciale

2. Ma progression dans le magasin :

Les montages
Les ventes
Les réparations

III. Analyse de l'activité saisonnière :

1. Orientation du magasin
2. Accroissement de la population
3. Répondre à une demande des plus exigeantes

Le magasin

1. Implantation du magasin :

a. Situation géographique et caractère attractif de la zone :

Située au bord du littoral des côtes méditerranéennes, au cœur du Languedoc-Roussillon qui figure parmi les régions françaises les plus touristiques, Le Barcarès attire. Par sa longue étendue et son soleil omniprésent, cette station balnéaire estivale est devenue une ville à part entière, où la population s'est sédentarisée. Beaucoup de retraités viennent séjourner entre trois et neuf mois. Avec cette venue, la commune a décidé de répondre aux besoins de ses nouveaux arrivants. En 2008 vient la création d'un pôle médical ainsi que de nombreuses résidences destinées à la population locale, mais aussi de grands projets en cours dont une maison médicalisé pour les personnes âgées et un centre de thalassothérapie ouvert sur la mer.

Port Barcarès est une commune en pleine évolution. Cette ville catalane reste vivante toute l'année : 9 hôtels, 13 campings ouverts à l'année, mais aussi par son port qui est le 4ème de plaisance du Languedoc-Roussillon. Elle attire jusqu'à 80 000 touristes en été, par sa capacité d'acceuil et son dynamisme , puisque l'année est rythmée par près de 250 animations culturelles, traditionnelles ou festives. Cela en fait une ville où la convivialité, l'amitié et la solidarité sont des valeurs incontournables.
Une ville où il fait bon vivre.

Vue extérieure du Pôle médical

L'implantation du magasin côte à côte du pôle médical est une zone clé. Il faut savoir que le pôle médical est composé de 3 médecins, 2 infirmières, 1 dentiste et 2 kinésithérapeutes. Il génère ainsi un réel passage de la population locale avec un fort pourcentage de notre principale clientèle. La communauté à mis en place des lignes de bus sur tout le pourtour de la ville permettant un accès facile pour tous les quartiers, même les plus éloignés.

La zone de chalandise est délimitée par :

- au Nord-Ouest l'étang de Salse formant une frontière géographique,
- à l'Est il y a la mer Méditerranée,
- au Sud la double voie de Perpignan-Canet est une barrière physique,
- au Nord de Barcarès se trouve des marécages qui constituent une barrière naturelle.

La zone de chalandise constitue du Nord au Sud une couverture de 23 km, et d'Est en Ouest 7 km.

Zone 1 :
Il y a 18% de la clientèle et nous somme le seul magasin d'optique implanté dans cette zone.

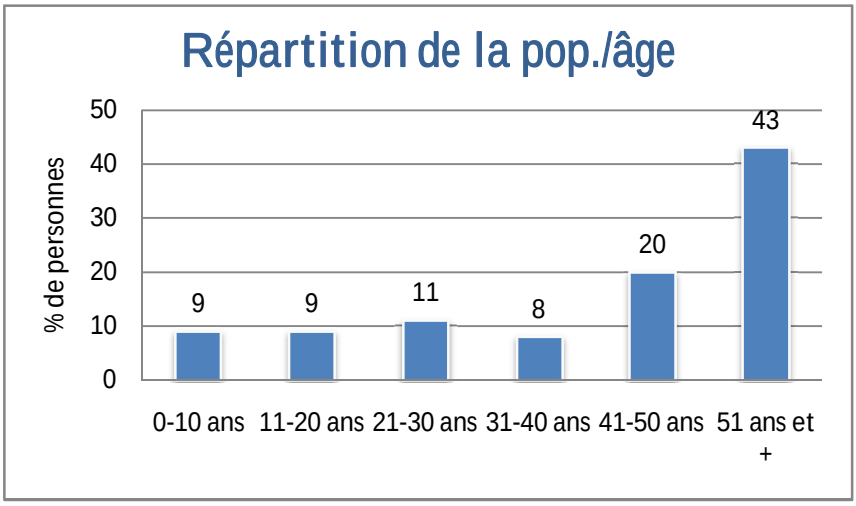
Zone 2 :
Il y a 58% de la clientèle, 3 opticiens et 2 ophtalmologistes.

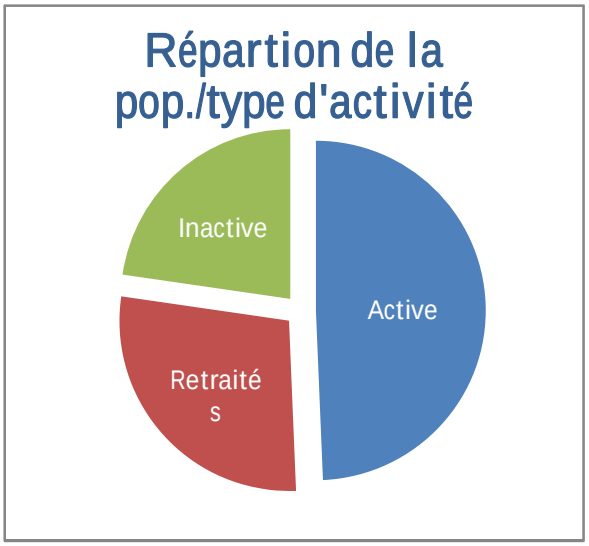
Zone 3 :
Il y a 10,5% de la clientèle, 4 opticiens et 3 ophtalmologistes.

Plan avec zones de chalandise

La zone de chalandise repréentée sur le plan ci-dessus nous montre que 86,5% de la clientèle.

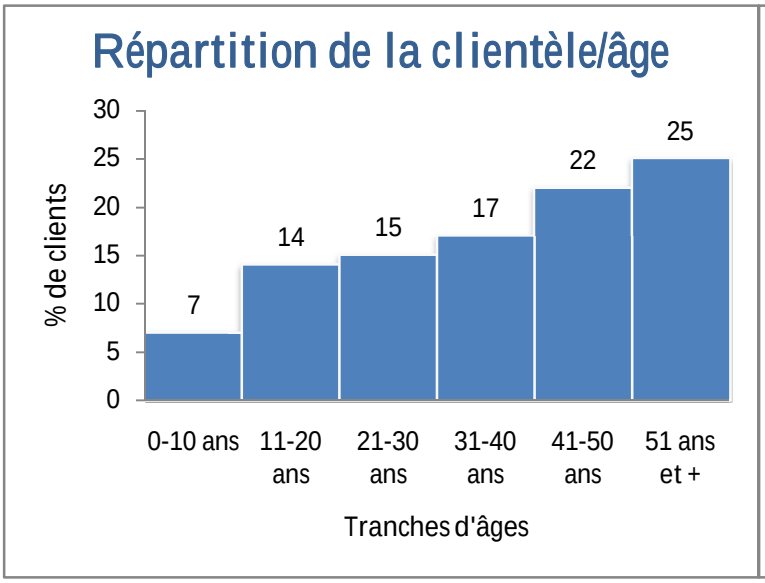
b. La clientèle :

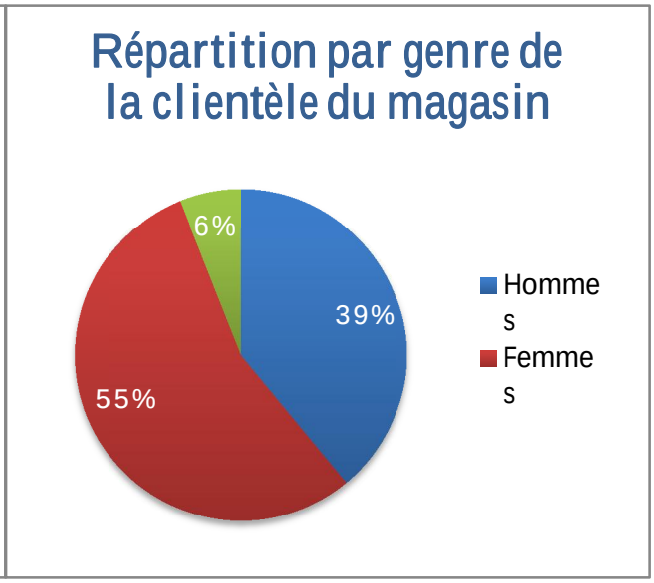




Résultats selon l'enquête de recensement 2006 effectué par l'INSEE.

La ville compte à ce jour 4033 habitants dont 35% de retraités. Plus de la moitié de la population à plus de 50 ans, et ces personnes habitent en résidence secondaire entre trois et neuf mois de l'année. Elles représentent la clientèle principale du magasin. C'est une population avec un fort pouvoir d'achat qui, par sa disponibilité, recherche le conseil, la qualité, l'information tout en restant prudente et réfléchie.



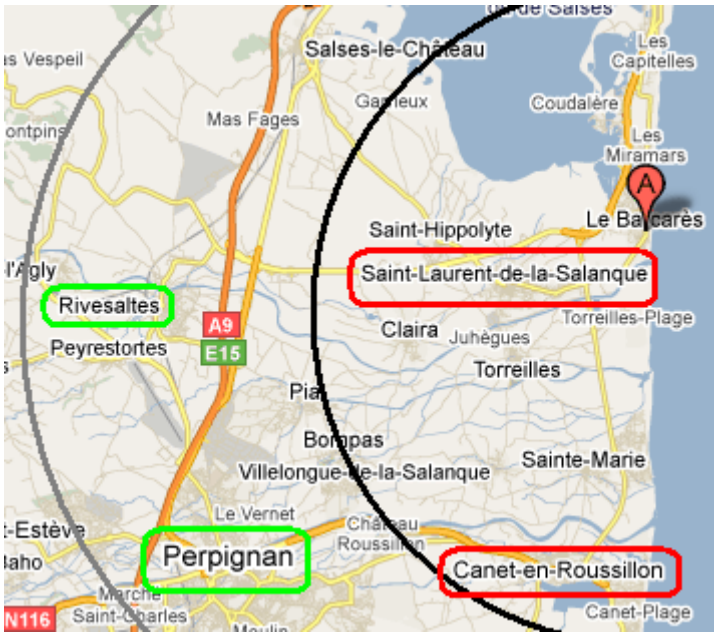


La majorité de la clientèle se situe dans les tranches d'âges "41-50 ans" et "51 ans et +", ce qui correspond majoritairement à un équipement en verres progressifs.

On s'aperçoit que les femmes sont plus présentes au sein du magasin.

c. Les prescripteurs :

Les principaux prescripteurs de notre clientèle se trouvent dans un rayon de moins de 10 km : un cabinet d'ophtalmologie à Saint Laurent de la Salanque composé de deux docteurs, ainsi qu'un docteur à Canet en Roussillon. Ils offrent ainsi l'avantage d'avoir des rendez vous d'une semaine à l'autre, ce qui est très avantageux pour la clientèle comme pour le magasin.



Situation géographique des principaux prescripteurs

d. Le marché de l'optique :

- CONCURRENCE DIRECTE :

Les deux concurrents les plus proches sont situés à environs quatre kilomètres du magasin à Saint Laurent de la salanque :

- Optique de la Salanque
- Optique Bichon

Il s'agit de deux anciens magasins créés dans les années 80-90. Ce sont des indépendants qui se sont implantés au sein du village sur une rue piétonne. Ils sont distant l'un de l'autre de 100 mètres. Leurs horaires d'ouverture permettent à la clientèle d'avoir un accès au service commercial tout au long de la semaine. Par contre, ils n'élargissent pas leurs plages horaires en fonction de la saison estivale. Une seule personne travaille dans chacun d'eux. Ils n'ont pas d'offres particulières suivant les saisons ou les périodes de l'année. Ils ne possèdent pas un grand stock de lunettes, mais néanmoins ils ont un large éventail d'appareil divers (jumelles, loupes…). Ils bénéficient avant tout de la proximité avec les prescripteurs qui étaient implantés là bien avant l'ouverture de leurs magasins.

- CONCURRENCE INDIRECTE :

Il existe deux autres types de concurrence, plus indirectes celles-ci :

- Au marché saisonnier : vente de solaire bas de gamme à des prix défiants toute concurrence. Souvent des imitations (médiocres) de grandes marques, les touristes accrochent facilement à ce genre de produits très accessibles sans prendre en compte les conséquences sur la vision d'une agression au quotidien par les Ultra Violets.

- À la pharmacie : vente de lunettes loupes d'appoint qui est malheureusement mal conseillée par rapport aux besoins du client.

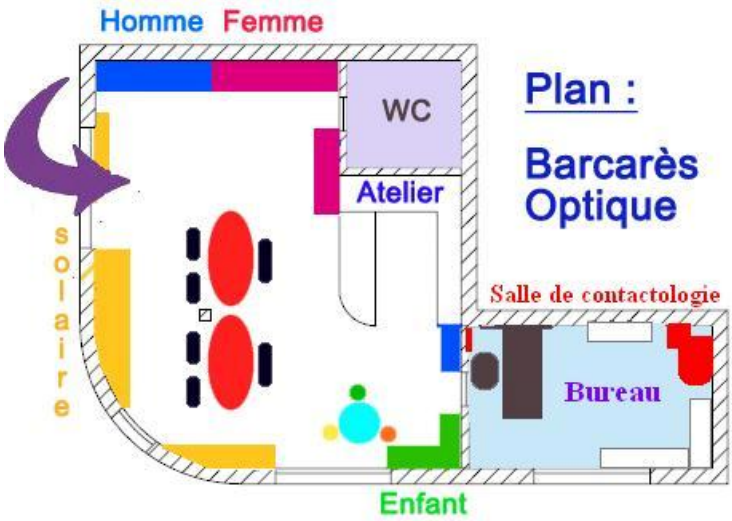
2. Présentation de l'entreprise :

Vue extérieure du magasin ouvert

Enseigne	Barcarès Optique
Adresse	Bd Du 14 Juillet Rés. Le Pole N 19 66420 LE BARCARES
Horaires d'ouverture	Du lundi au vendredi de 9h30 à 12h30 et 14h30 à 19h00 Le samedi ouvert que le matin
Capital social	1000€
Date de création	07-01-2008
Forme de commerce	Indépendant isolé avec pour centrale d'achat CDO
Forme juridique	SARL GUILING
Effectif	1
Chiffre d'affaire	155 000€
Panier moyen	323€

a. Le magasin :

Avec une surface de vente de 55 m² et ses grandes ouvertures, le magasin est lumineux et spacieux. Dès l'entrée le client est orienté par de larges panneaux de présentation délimitant hommes-femmes-enfants-solaires qui offrent différentes gammes de monture ; le client à ainsi une vision nette sur son ou ses futurs choix à venir.



Composé de 10 présentoirs muraux, de 2 colonnes de présentation rotative et d'une grande vitrine permettant de mettre en avant un grand nombre de montures "phare" du moment, on arrive à un total de 800 montures de présentation.

Parmi ses montures nous y trouvons de grandes marques comme Yves Saint Laurent, Givenchy.
Mais aussi, plutôt pour les adolescentes, et qui fait sa grande entrée dans les solaires, la marque Hello Kitty.

Il propose sous commande des masques de plongée à la vue, la chasse sous marine ou bien à la natation. On y trouve bien entendu tous les produits liés à la contactologie avec des offres packs.

b. Le statut juridique :

M. Vazquez directeur de l'entreprise a choisi comme forme juridique une SARL (Société à Responsabilité Limitée). Il a pour associé sa mère. C'est elle, qui a investi financièrement pour permettre la stabilité de l'entreprise. Elle apporte également une aide conséquente dans le domaine de la gestion dans la mesure où elle occupait un poste de secrétaire de direction.

c. La stratégie commerciale :

Situé sur la même allée que l'Hôtel de ville, La Poste, Le Pôle Médical et le supermarché de la ville il symbolise la vie active de la communauté. Mais encore, lié avec Le Pôle Médical il fait la liaison avec le domaine de la santé ainsi il donne une image de confiance.

Au cœur de la ville et originaire de celle-ci, il n'a pas eu de mal à s'installer et à se faire accepter. Pour sa politique de communication qui vise à toucher les sédentaires, il c'est familiarisé par le biais de l'association des commerçants de Barcarès, avec les marchands du quartier, et sa publicité s'est faite de "bouches à oreilles".

Pour mieux cibler sa stratégie commerciale, j'ai étudié le plan de marchéage du magasin Barcarès Optique en quatre parties qui sont :

- le produit,
- le prix,
- la publicité,
- la distribution.

- Les produits :

A la demande de sa clientèle qui recherche le plus souvent un produit de qualité, il a intégré dans sa collection des montures haut de gamme. Avec la marque française de renommé internationale Henry Julien, synonyme de Luxe…Qualité…Elégance…, il fait ainsi du sur mesure.

Port Barcarès offre de nombreux sites pour les sports aquatiques et sports nautiques. Face à cette clientèle, il a inséré la marque Demetz qui est spécialisée dans l'optique sportive. Il vend essentiellement des masques de plongée et lunettes de natation adaptées à la vision.

Pour se différencier de ces concurrents, il tient une attention très particulière à chaque entrée de collection ou de nouvelle marque pour avoir l'exclusivité sur les produits.

Comptoir Des Créateurs est notre principal fournisseur de monture. Il nous offre le privilège d'être le seul distributeur de leurs marques sur tout le département du Languedoc Roussillon. Ce sont des marques à identité forte et dont le potentiel créatif ne se dément pas au fil des saisons.

Voici quelques unes de leur marques présentent en magasin :

Marque	*Son atout*	*Photographie*
BELLINGER	Design innovant aux couleurs acidulés et inédites, aux formes architecturées et originales ; Bellinger habille notre visage avec une touche d'humour et de gaieté.	
ZIO	Design original, un brin fantaisiste, aux couleurs audacieuses, tout en restant dans des lignes sobres et élégantes. Original, juste ce qu'il faut !	
STAFFAN PREUTZ DESIGN	Design aux accents de dramaturgie, d'élégance, d'imprévisibilité et de pureté. Des lunettes uniques pour des gens uniques !	

- Les prix :

Le premier prix forfaitaire débute :

- À 69€ pour les montures équipées de verres unis focaux,

- À 129€ pour les montures équipées de verres progressifs organiques avec un traitement Durci.

Sinon pour les montures proposées en magasin comme Falco, MS&F, Adagio qui sont des lunettes d'entrée de gamme, les prix démarrent de 57€ allant jusqu'à 380€ pour les montures Henry Julien.

Pour ce qui est des commandes spéciales s'effectuant sur catalogue les prix vont de 700€ à 1500€ (pose de rubis ou diamant sur le tenon) avec le créateur bijoutier Swaroski.

Par rapport à la concurrence les prix sont nettement inférieurs, même par rapport à la moyenne de prix des grandes villes comme Toulouse ou Perpignan.

- La publicité :

Pour cette rentrée scolaire 2010, nous avons fidélisé les plus jeunes avec une offre à 30€ les deux verres antireflets pour l'achat d'une monture de l'espace "junior" comprenant les marques : Quiksilver, Roxy, Hello Kitty, Carrera, Dora…

Afficher en vitrine, sur le panneau de publipostage à l'entrée et à l'intérieur du magasin ; tous les gens passant à proximité du magasin prenait connaissance de cette offre.

Enfants comme parents si sont retrouvés avec cette promotion, ainsi de nombreux enfants et adolescents ont pu pour cette rentrée des classes s'offrir le dernier cri des lunettes à la mode.

Vitrine extérieure dans l'angle

- La distribution :

M. Vazquez a adhéré à la centrale d'achat CDO qui est le premier groupement d'opticiens indépendants en France. Elle a pour avantages :

- Aide à la création avec de nombreux services gratuits comme l'étude de marché, les stratégies commerciales…

- Gestion de la facturation

- Liberté de gestion, d'achats et de politiques commerciales.

Elle lui a permis une aide importante dans la création de son entreprise avec les nombreux services proposés. Mais surtout lui a été d'un grand soutien dans sa formation d'entrepreneur avec les formations qui lui ont été proposés.

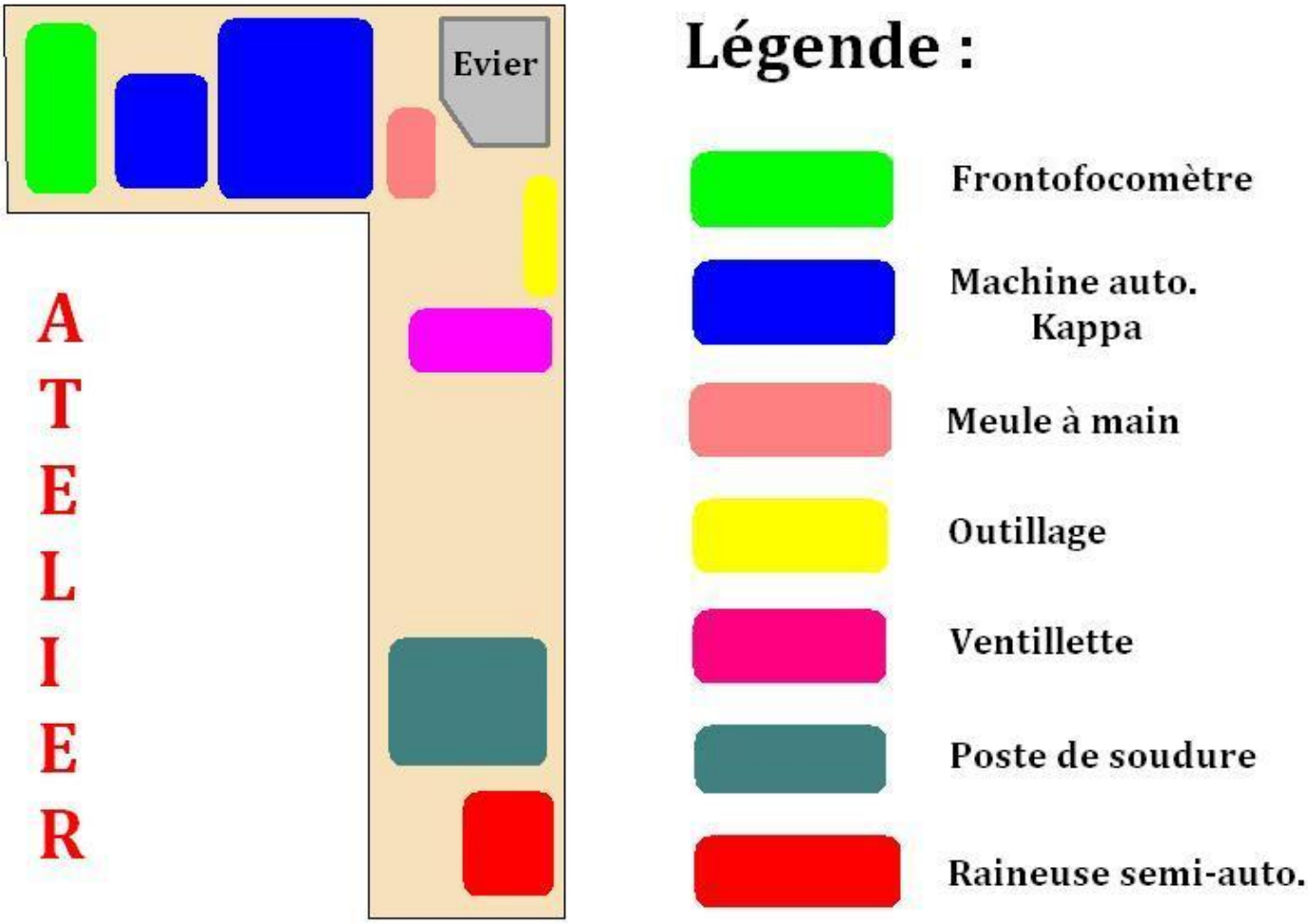
Mon insertion dans l'entreprise

1. Mes premiers pas dans le monde de l'optique :

a. Familiarisation avec le matériel et le magasin :

▪ L'atelier :

L'atelier est disposé en forme de « L » de façon à effectuer les différents actes du montage dans un ordre bien précis et minimiser au maximum la place.



Tout d'abord, nous avons un frontofocomètre automatique pour mesurer et vérifier la puissance des verres. Ensuite, nous disposons d'une machine automatique de meulage pour tailler les verres; ainsi qu'une meule à main afin de pouvoir effectuer les contre biseaux mais aussi les retouches. Comme petit matériel, nous avons un bac à ultrasons afin de nettoyer en profondeur les lunettes; ainsi qu'une ventillette permettant de chauffer les montures plastiques ou modeler les manchons de lunettes. Pour les montages nylor nous

avons une raineuse semi-automatique, nous servant pour tous ce qui est retouche sur verres lors de réparations. De même, pour les montages percés nous disposons d'une perceuse haute précision. Enfin, nous avons toute la panoplie en outillage nécessaire à l'opticien. En ce qui concerne les machines ce ne sont que des modèles de chez Essilor pour la plupart neuf sauf la machine automatique achetée d'occasion.

Se conférer a l'annexe 1 pour une présentation en image des instruments utilisés à l'atelier du magasin.

L'atelier offre un grand plan de travail très agréable pour travailler à l'aise. D'ailleurs dans le soubassement, tiroirs et placards, nous stockons un large éventail de verres et de lentilles mais aussi de montures cassées afin de dépanner au mieux la clientèle.

- L'espace de vente :

Pour des raisons de gain de temps et de productivité, il est quasi indispensable d'avoir un logiciel de gestion informatique. Par conséquent le gérant à dirigé son choix sur un didacticiel conçu avec et pour les professionnels de l'optique « OPTIMUM ». D'un simple devis à l'élaboration d'un dossier client, en passant par quelques clics à la gestion du stock réel jusqu'aux suivis de règlement, la manipulation est aussi rapide que facile ce qui facilite agréablement l'organisation et la gestion du magasin. Basé sur une utilisation intuitive, sa prise en main a été des plus simple et rapide.

Mes débuts sur ce logiciel ont été de rentrer en stock de nouveaux modèles solaire et de les étiqueter afin de les placer au plus vite sur les présentoirs de vente. Ensuite ce fut le tour des règlements caisse avec les produits divers tel que : les cordons, lunettes de soleil, réparations, etc.

Mes premières gestions de dossier client se dirigèrent sur les porteurs de lentilles de contact où je me devais de réaliser une fiche client en prenant en compte : la date de naissance (nécessaire pour connaitre l'âge du porteur et pouvoir lui administrer les lentilles de contact), les corrections, l'ophtalmologiste qui suit la personne et sa dernière visite chez celui-ci. Tout cela dument remplie, j'imprime la fiche atelier qui me permet d'avoir un suivi de commande avec une vérification en un simple coup d'œil de la correspondance du produit, mais aussi les renseignements nécessaire à l'identification du client. Cf. annexe 2.

Espace de vente

En ce qui concerne l'espace de vente, le magasin dispose de deux tables avec trois chaises chacune séparées par un poteau sur lequel est accolé un présentoir de lunettes de soleil Bananamoon, permettant ainsi de faire une séparation entre les deux tables de vente. Seule une des tables est équipée d'un poste informatique et d'une tablette graphique (qui permet de commander directement les verres en pré calibrage via l'intranet du verrier Héphilens). La deuxième table sert par période d'affluence à livrer les lunettes ou bien à faire juste patienter les clients ; un ordinateur portable est quelque fois disponible pour effectuer une vente ou un devis, mais la liaison au serveur central étant très lente c'est loin d'être commode.

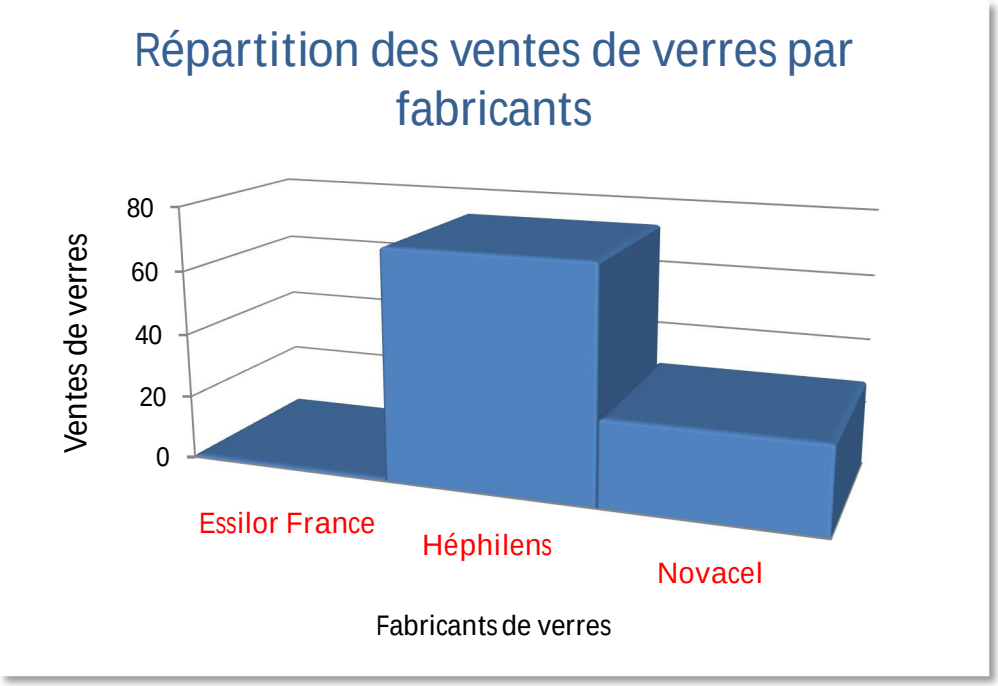
L'ordinateur central est au niveau du comptoir de vente, c'est par lui que passe toutes les informations. Tout le long de la journée, on le sollicite que ce soit pour visualiser le suivi des commandes, les créances en attente, l'état du stock, le détail de caisse… de sorte à connaître de manière rapide l'activité du magasin.

Vue de côté du comptoir

b. L'approche commerciale :

- Prise de connaissance des différents verres proposés :

Pour satisfaire au mieux le client, le gérant à décidé de travailler avec trois fournisseurs différents.



En effet, cette diversité permet d'avoir un approvisionnement plus rapide pour la clientèle saisonnière et de disposer d'une large gamme de verres de qualité.

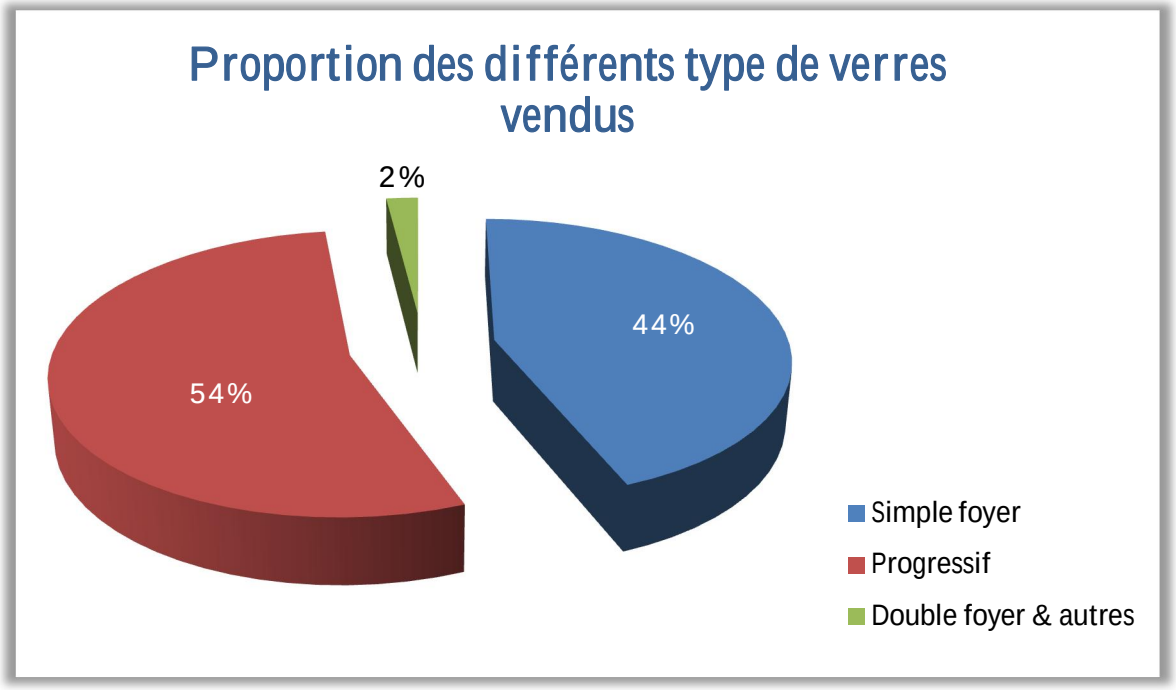
Comme on peut s'apercevoir sur le graphique ci-dessus, notre principal verrier est Héphilens. Ce fournisseur nous permet d'avoir une qualité de verres exceptionnels utilisant les dernières technologies de fabrication (technologie free-form) pour les verres progressifs. Les tarifs ont été durement négociés afin d'offrir la qualité à moindre prix.

Novacel est notre fournisseur exclusif pour les verres à simple foyer et verres spéciaux (doubles foyers, verres avec prismes, verres pour fortes amétropies, etc.). Ses prix font partis des plus bas sur le marché de l'optique tout en préservant la qualité bien entendu. De plus, son réel atout sont ses délais de livraison :

- si le produit est stocké, il arrive en moins de 24h
- si le produit n'est pas stocké, il arrive en magasin dans les 48h.

Mais aussi, il propose un large assortiment d'antireflets du simple au plus sophistiqué (super antireflet face avant et arrière avec antistatique et hydro/oléophobe). Cela nous permet une adaptation personnalisée du verre par rapport aux besoins du client.

- Observation de ventes :



Les équipements lunettes en verres progressifs sont ce qui se fait le plus au magasin. Cela implique une observation assidue et une analyse des besoins de la personne :

- La technicité éventuelle due à la nature de la prescription (calcul rapide des éventuelles épaisseurs du verre)
- La morphologie du visage du client
- La couleur de la monture, pouvant s'accorder à la couleur de ses cheveux ou de ses yeux, voire de ses vêtements
- Son travail, ses activités et loisirs (attention particulière pour la forte mise en jeu de la vision de près)
- Ses goûts en matière de forme, de couleur, de matière, à voir aussi en fonction de l'ancien équipement
- Son budget, souvent en fonction de son remboursement par la sécurité sociale et sa mutuelle.

2. Ma progression dans le magasin :

a. Les montages :

▪ Calibrage de la meuleuse :

Dès mon arrivée dans l'entreprise, ne connaissant pas la machine automatique de meulage (le modèle Kappa d'Essilor) j'ai pris la décision de me familiariser avec celle-ci.
J'ai pris des montures de différentes catégories ayant des formes originales comme une grande monture ronde cerclée, une petite monture plastique rectangulaire et une monture nylor de forme hexagonale. Je les ai mises chacune dans des péniches distinctes et j'ai commencé à effectuer le palpage. J'ai pris comme point de centrage la référence boxing pour avoir un même ordre d'idée. Après avoir palpé la monture et centré les verres avec les glands dessus, je passe à la raineuse. Je configure mes modes de taillage des verres afin que les biseaux ou la rainure soit centrés c'est-à-dire que je sélectionne la position en pourcentage afin d'avoir 50%. En ce qui concerne le choix de la côte, je suis partie pour chacune d'entre elles à une côte de +0,50. J'ai choisi de prendre une côte un peu plus grande me permettant de pouvoir retailler en conséquence les verres pour arriver au bon calibrage et ainsi connaître la de montage.

▪ Réception et vérification des verres :

Tous les matins, à l'exception du lundi, nous recevons les commandes de verres. Je suis disposée à les répartir dans les péniches clients correspondantes en faisant une première vérification visuelle, c'est-à-dire de lire le bordereau de livraison et voir si il est conforme à la fiche client.
Les commandes réparties dans leurs péniches, j'effectue une vérification plus approfondie.

Je commence par contrôler le diamètre du verre et la présence de l'antireflet (si il a été commandé).
Ensuite, grâce au frontofocomètre automatique, qui affiche directement sur l'écran la valeur de la sphère et du cylindre s'il y en a un, je constate si les valeurs du verre sont exactes.
Le verre alors bien centré sur la machine avec les donnés correspondantes, je pointe celui-ci.

Ecran du frontofocomètre

Cela effectué, je peux passer à l'étape suivante qui est le centrage qui s'effectue sur la machine Kappa.

- Cycle de taille des verres :

Tout débute par la prise de forme sur la monture (si la monture est cerclée), ou le calibre orange (si c'est une monture nylor ou percée). La forme du verre qui devra être taillée est alors reportée sur l'écran du centreur. Je centre le verre en rentrant les données du porteur (écarts pupillaires et hauteurs de montages). Une fois le verre centré, je le ventouse. A ce moment là je peux passer à l'étape suivante, je déplace la péniche vers la meuleuse.

La meuleuse est reliée directement au centreur, d'où l'importance de ne pas faire d'erreur à ce niveau de l'étape. Sur l'écran du cycle de meulage apparait la forme du verre à tailler. J'indique sur celle-ci la matière du verre, le type de biseau, s'il faut faire une rainure dans le cas d'une monture nylor, ainsi que diverses options qui dépendent du montage.

Quand les deux verres sont taillés, j'effectue alors les contres biseaux sur la meule à main. Cela consiste à casser les arrêtes pour ne pas que le verre soit tranchant. Je viens replacer les verres avec la monture dans la péniche, puis la placer sur le plan de travail afin d'effectuer le montage.

- Cycle de montage :

Montures en métal, acétate, nylor, percée, pré requis chacune une méthode différente de montage qui m'ont été apprise pendant ma formation par mon maître de stage Vincent.

Pour les montures métal, j'ouvre le cercle en dévissant la vis pour venir placer le verre et je le referme à l'aide d'une pince à tenon pour vérifier que la côte du verre soit bonne.

En ce qui concerne les montures plastiques, je super-positionne le verre à la monture. S'il reste coincé par la crête du biseau, il ne me reste plus qu'à chauffer le cercle pour qu'il se détende et de rentrer le verre.

Pour ce qui est des montures nylors, j'insère le verre, en faisant très attention à ne pas casser la rainure, dans l'insertion du cerclage. Si le verre rentre et ne déforme pas la monture (verre trop grand), avec un bolduc je viens placer le fil nylor dans la rainure afin de tenir en tension le verre dans la monture.

Les montures percées sont effectuées par Vincent. Ceci est dû à la technicité du montage mais aussi au fait que l'on n'en ait pas souvent à monter.

b. Les ventes :

▪ L'accueil :

Nous savons que les trois premières secondes à l'entrée d'un magasin sont les plus importantes. C'est en ce laps de temps que le client se fait son opinion sur l'image de l'entreprise. Vincent y attache une grande importance. Ses conseils pour tenir le point de vente sont d'être : détendue, souriante et de montrer qu'on est motivée dans n'importe quelle situation.

Il est aussi très attentif sur la propreté du magasin. Il faut que l'environnement soit sain, accueillant et agréable. Cette tâche va de la propreté des linéaires au maintien du bon ordre de l'atelier.

En effet, le comptoir est ouvert sur l'atelier nous permettant d'être toujours en contact avec les clients. Il faut donc que cet espace reste dans le meilleur ordre possible.

Pour ce qui est des linéaires optiques et solaires, il faut qu'il n'y soit laissé aucun espace vide par une vente ou un essayage. Je suis chargée de tenir propre le "facing" en comblant ou remettant les montures à leur place.

Par ailleurs, il ne faut pas négliger l'environnement extérieur. C'est pour cela que la vitrine du magasin doit refléter l'envie et la curiosité au futur client pour l'amener à entrer. Il m'a été confié la réalisation et la mise à jour des vitrines qui est renouvelée à chaque saison. Avec le matériel fourni par les représentants des différentes marques de lunettes, cela me permet de mettre en avant les nouveautés et les produits phares du moment.

▪ Mes premières ventes :

A mes débuts qui se sont trouvés en pleine période estivale, M. Vazquez m'a chargé de m'occuper principalement de la vente des solaires, ainsi que des commandes en lentilles de contact et de la vente des produits divers (produits d'entretiens, cordons, lunettes loupes, loupes, etc.).

Au début de l'été, Vincent a fait rentrer un bon nombre de lunettes de soleil polarisées (protection contre les éblouissements) sous la marque Polaroïd.

Mon objectif était de vendre les mérites du filtre

polarisant afin d'écouler le stock avant la fin de l'été. Mon discours tenu lors de ventes : « La différence entre une lunette de soleil classique et une lunette de soleil polarisée est une protection contre les éblouissements. Le filtre polarisant, qui protège 100% contre les UV, empêche en plus tous les rayons résiduels de lumière de passer. C'est-à-dire qu'il atténue nettement les reflets de réverbération que se soit sur sol brillant, les vitres, la mer, la neige. Mais également là où c'est le plus flagrant, c'est lors de la conduite : les éblouissements dû au soleil par les autres voitures ne sont plus gênants. Un autre exemple : lorsqu'on est assis au volant de sa voiture on a le tableau de bord qui se reflète sur le pare- brise ; avec une lunette de soleil classique il reste, alors qu'avec une lunette polarisée il est supprimé. Au lieu de vous venter tout ses mérites, le mieux s'est d'essayer à l'extérieur en faisant la comparaison. Au moins vous verrez par vous même la différence. »

Les clients s'apercevaient eux même du confort qu'apporte ce type de lunette de soleil et par son prix très attractif (en moyenne 45€), les ventes de ce type de lunettes étaient en hausse. Mon objectif a été plus que atteint puisque Vincent a dû repasser commande au courant de l'été pour réapprovisionner.

c. Mon évolution :

Lorsque je suis arrivée au magasin en juin, j'ai commencé par observer afin de m'imprégner de l'esprit du magasin.

Déjà autonome au niveau des montages, j'ai été chargé assez rapidement de la vérification des verres, suivi de leurs tailles et de leurs assemblages.

L'écoute et l'observation m'ont permis de faire des petits dépannages comme changer les plaquettes ou les branches, resserrer les vis, remettre en état les montures (lunettes tordues). Il mettait aussi confié comme tâche de m'occuper de la mise en stock des nouvelles montures et accessoires.

En ce qui concerne les ventes, lorsque Vincent était déjà occupé, j'étais chargée d'accueillir les autres clients et de les amener devant les produits souhaités.

S'il s'agissait d'une demande de produits divers comme un cordon, j'effectuais moi-même la vente. De même si les clients venaient pour une paire de lunettes de soleil.

Par contre si cela portait sur une commande de lentilles de contact ou d'un produit d'entretien lentilles, ne connaissant pas encore toutes les spécificités, je commençais à créer un dossier informatique afin de faire patienter le client en attendant que Vincent se libère pour demander conseil.

Je le sollicitais également lors de réparations assez complexes : soudure, monture percée, monture entraînant un travail conséquent dessus.

Quand un client arrivait pour un équipement optique, on m'avait confié la tâche de faire choisir la monture, ensuite c'était Vincent qui finalisait la vente avec moi-même en temps qu'observatrice.

L'étape suivante a été naturellement que j'effectue une vente optique. Au début il m'était confié que les équipements lunettes simples, c'est-à-dire quand il s'agissait de verres unifocaux. Tout de même, le choix des verres et les mesures étaient vérifiés par précaution. Cela m'a permis d'apprendre en parallèle le fonctionnement des tiers payant. Petit à petit, prenant confiance en moi j'effectuais seule les ventes.

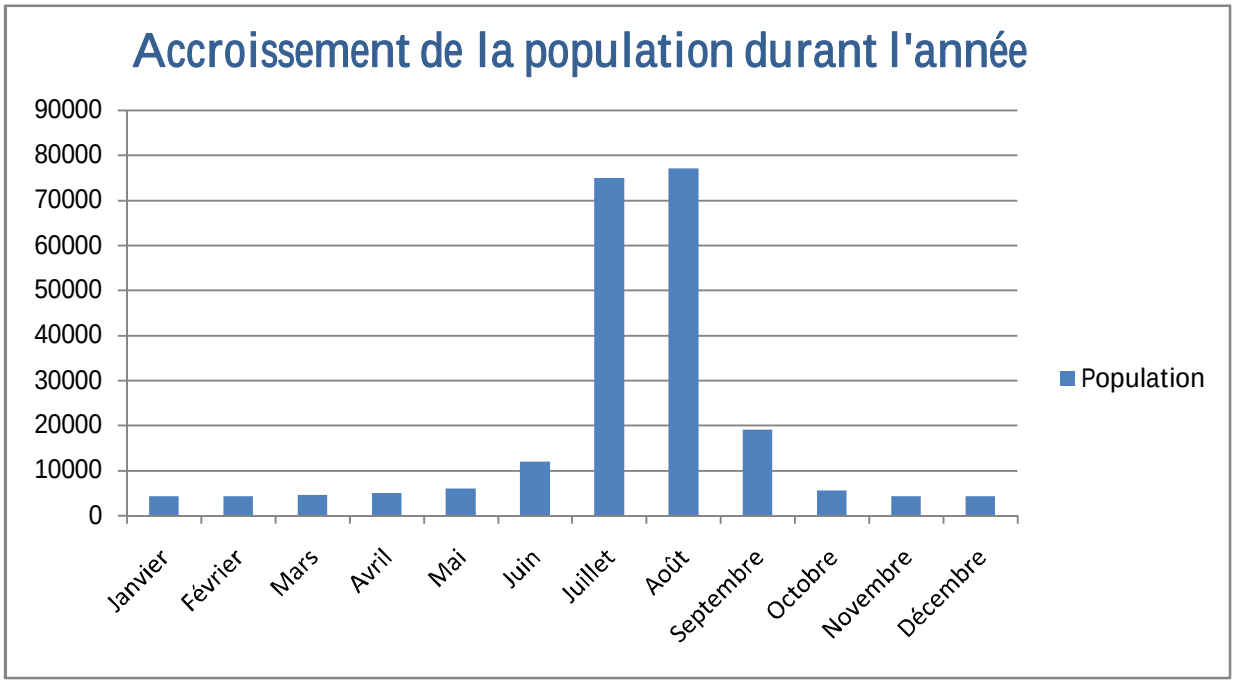
Cette prise d'assurance, me permet aujourd'hui d'effectuer de façon autonome les ventes ; qui comprennent verres unifocaux, en passant par du progressif, à un équipement bien spécifique.

Ma prochaine étape est d'apprendre la réalisation d'un montage percé et d'être encore plus sure de moi lors des ventes en apprenant les différentes techniques au travers peut être de stage.

Analyse de l'activité saisonnière

1. Accroissement de la population :

La commune du Barcarès est une station balnéaire reconnue qui attire chaque année de nombreux touristes. En effet, comme on peut le voir sur les graphiques ci-dessous, l'augmentation de la population sur la commune est d'environ vingt fois la population résidant à l'année.



Cet accroissement se répercute aussi sur la fréquentation des commerces sur tout le littoral méditerranéen. L'augmentation des clients du magasin est importante et la demande de la clientèle n'est pas la même que le reste de l'année. En effet, cette clientèle ne vient pas au magasin pour effectuer un équipement lunette mais plutôt pour faire des achats de solaires, de produits divers (cordons, sprays…), ou pour faire des réparations.

Le fait que la clientèle augmente si brutalement entraîne un changement d'organisation de l'approvisionnement puisque en un mois (juin), le stock est prévu pour répondre à la forte demande de juillet et d'août. Les nouvelles collections de lunettes de soleil font leurs entrées, plus de 200 montures en l'espace d'un mois sont introduites. En ce qui concerne les cordons, de nouveaux modèles font leurs apparitions, comme les cordons flottants, ou encore les cordons en néoprène qui permettent un bon maintien derrière la tète (effet masque) pour les sports nautiques. Que se soit solaire ou cordon flottant par exemple, tout est associé à la période estivale.

Concernant la comptabilité du magasin, sur ces deux mois de l'année les plus chargés, un tiers du chiffre d'affaire est effectué.

2. Répondre à une demande des plus exigeantes :

Les vacanciers sont des personnes qui ont besoin de repos et de dépaysement pour enfin oublier pendant quelques jours leurs tracas quotidiens. Un changement de comportement se fait ressentir quand quelque chose vient troubler leur paisible séjour. C'est pour cela que durant la saison nous devons redoubler de patience et de motivation afin de réconforter ces clients de passage. Tous les jours, il ne faut pas que l'on soit à 100% de nous même mais à 200% car on doit répondre à une demande des plus exigeantes dans des délais très courts.

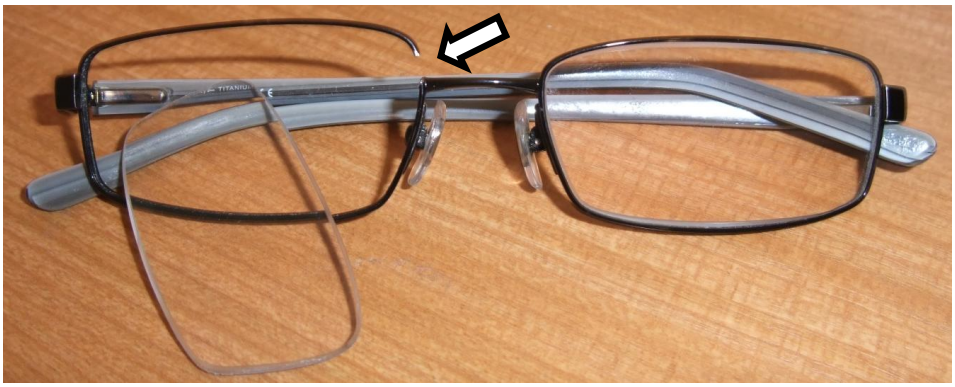
▪ Des réparations diverses et variées :

L'augmentation accrue de la population durant ces deux mois (juillet et août) se répercute sur la fréquentation du magasin. Néanmoins, la clientèle plutôt vacancière ne correspond pas à la clientèle habituelle résident à l'année sur la commune. Comme je l'ai précisé au paravent, les vacanciers sont pour la plupart pressés, énervés, et voire même un petit peu impolis. Alors dès qu'ils rentrent dans le magasin il faut être à leur écoute tout en gardant le sourire. Quand il s'agit d'une réparation, quelle qu'elle soit, il faut les réconforter et leur expliquer la marche que je vais suivre pour effectuer la réparation.

Les réparations prennent en grande partie les trois quarts de la journée. La demande est très forte et très prenante, heureusement que la rapidité et l'efficacité sont mes atouts en ce qui concerne les réparations.

En moyenne j'exécute entre trois et cinq soudures par jour. Les soudures sont souvent décries comme étant du dépannage à court terme, ce qui correspond exactement à notre demande : « Tant que cela tient et me permet de voir jusqu'à que je retourne chez moi, cela me convient. » propos d'un vacancier ayant cassé le cerclage de sa lunette. Les soudures sont effectuées lorsqu'il y a eu :

- Une section sur une monture métal,
- Une dessoudure d'une pièce métallique sur la lunette,
- Une coupure au niveau du pont d'une monture plastique.



Monture métal dont le cerclage est cassé.

Nous prenons toujours nos précautions envers le client car c'est une méthode délicate qui ne marche malheureusement pas à chaque fois, mais surtout car elle détériore la monture à cause de la chaleur (perte de la couleur d'origine et/ou une légère déformation). Il est donc indispensable que le client soit au courant pour éviter toute mauvaise surprise lors de sa restitution. C'est pourquoi nous faisons tout notre possible pour rendre dans le meilleur état la lunette, après chaque soudure nous peignons les montures de la couleur s'y rapprochant le plus pour quelle soit des plus jolie (on leur donne une deuxième vie).

Après on a les réparations dites "ordinaires" comme :

- Changement des plaquettes,
- Serrage des vis,
- Remplacement d'une vis,
- Ajustage de la monture.

Ce type de réparation est pratiqué tout au long de l'année, par contre elles sont plus fréquentes à cette période. Au niveau de l'atelier, il a fallu s'équiper en matériels divers : kit de plaquettes en silicones, kit de visserie, kit de vis auto-taraudeuses, kit d'écrous, etc. Toutes les fournitures viennent du fournisseur Lapeyre Optique.

Au cours des années et avec les nombreuses réparations effectuées, Vincent a pu se créer un kit de réparations comprenant :

- Des branches pour enfants/adultes, larges, étroites, en métal ou plastique.
- Des faces de monture petites, grandes, en métal, titane, plastique ou optyl.
- Des kits de lunettes percées avec branches, ponts et systèmes d'ancrage.

En effet, deux tiroirs leurs sont consacrés. Cela nous permet d'offrir aux gens la possibilité de réparer leur lunette très rapidement à moindre coût.

- Le parcours du combattant :

Quand on s'en va en voyage, on a souvent tendance à oublier quelque chose. Et les vacanciers ne dérogent pas à la règle. Pendant l'été avec la piscine, la mer et les sports aquatiques, il nous arrive de voir arriver des personnes dans l'embarras.

Le cas le plus fréquent est la perte de ses lentilles de contact pour la plupart, bien sur, mensuelles. Leur embarras face à nous c'est qu'ils ne connaissent pas leur correction et pour certains le type de lentilles qu'ils portent.

Pour commencer quelques questions préalables sont posées :

- « Est-ce que vous y voyez de loin ? » ; recherche d'une éventuelle myopie.
- « Depuis quand portez vous des lentilles de contacts ? » ; connaître les antécédents.

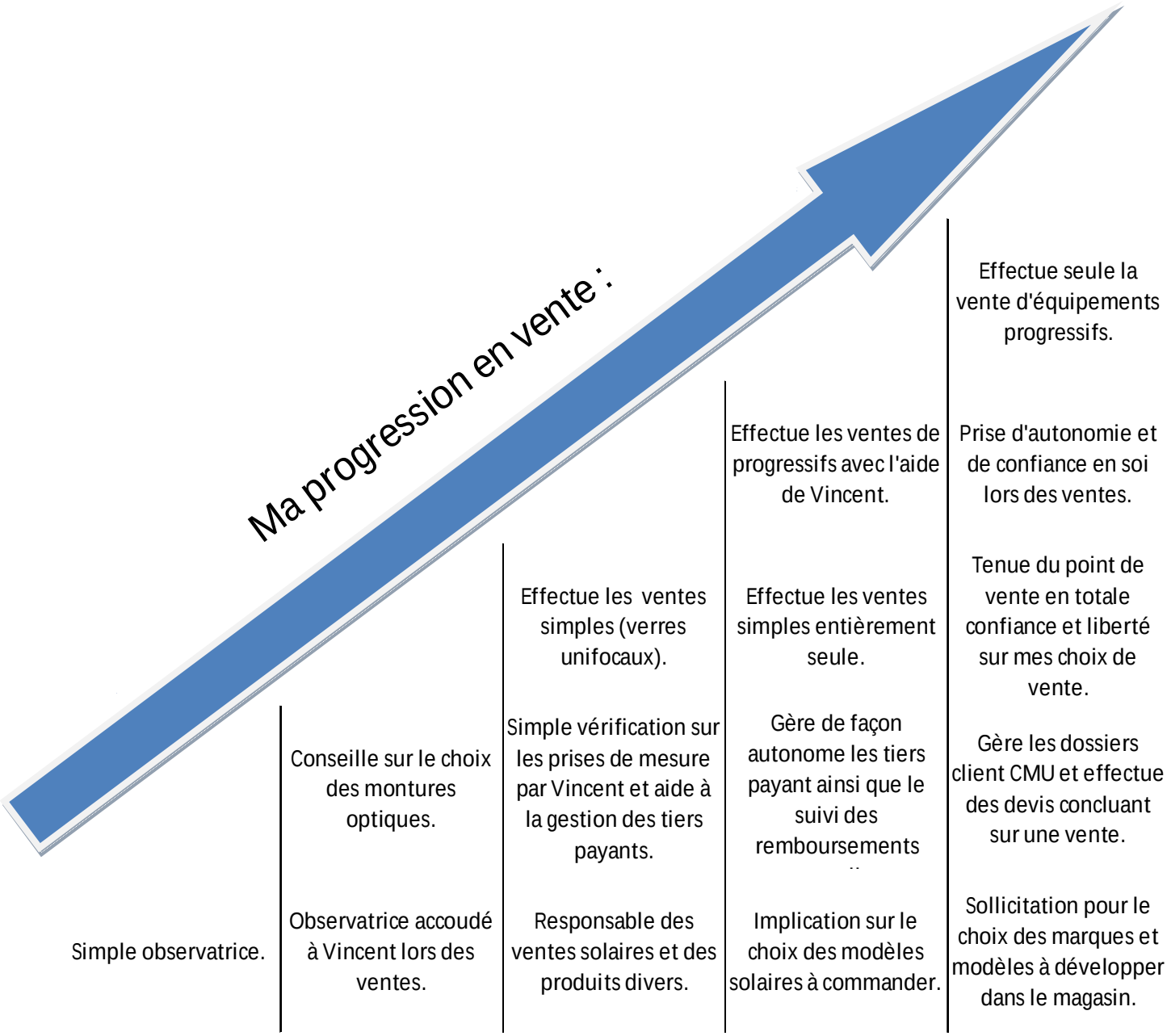
- « Quel produit d'entretien utilisez-vous pour vos lentilles de contact ? » ; définir le genre de lentille de contact (rigide ou souple).
A cette étape là, on connait succinctement le genre de lentille portée et le type d'amétropie (si la personne est myope ou hypermétrope). Ces données nous permettent de vérifier la cohérence avec l'étape suivante qui est de connaître l'exactitude de la correction du porteur. Pour cela on appelle directement chez l'un de nos collègues du métier où ont été achetées au préalable les lentilles de contact, car avec la fiche client dressée informatiquement on peut retrouver facilement la commande, voire même l'ordonnance. Grâce à cette entente, on peut passer commande et rendre service au porteur car comme on dit " un client satisfait est un client qui revient".

De plus, un autre cas qui nous arrive assez souvent pendant la saison est la perte des lunettes dans les vagues. Il faut savoir que beaucoup de personne se baignent avec leur lunettes. Quand la mer est agitée, on voit arriver dans le magasin en "aveugle" les plus malchanceux. Pourtant ils sont tous équipé de la deuxième paire à 1€ à l'heure d'aujourd'hui, mais comme j'ai pu le souligner dans mes propos précédent on fait tous des oublis. A ce moment là démarre pour nous la recherche de la correction car encore très peu de gens bénéficient d'une carte de vue permettant d'identifier les verres portés. On cherche à savoir quel est l'ophtalmologiste qui le suit. Quand celui-ci est trouvé, on joint sa secrétaire afin qu'elle nous délivre par fax la dernière ordonnance. Des fois ce n'est pas aussi simple et aussi rapide car nous somme en période de congé et bien attendu les médecins prennent aussi des congés. Quand tel est le cas, on appelle l'opticien qui a effectué le dernier équipement en espérant qu'il ait l'amabilité de nous donner les corrections. La plupart du temps cela ne pose aucun problème. Lorsqu'on a récolté les corrections du client, on peut alors proposer un équipement. La majorité de ces clients là, juste de passage, choisissent nos forfaits avantageux. Ils préfèrent retourner chez leur opticien pour un équipement plus personnalisé et mieux conseillé (à leur avis). Ces clients là, nous permettent d'étendre notre savoir faire autours d'eux, cela nous permet de nous faire connaître en ayant une image positive.

Conclusion :

Ce rapport d'activité m'a fait réaliser à quel point j'ai évolué depuis le début de ma formation tout en sachant que j'ai encore beaucoup à apprendre. En effet, sur les diagrammes ci-dessous on peut évaluer ma progression dans le domaine de la vente et au niveau de l'atelier.

Après l'obtention de mon BTS, j'envisage de poursuivre mes études afin d'obtenir un Certificat de Qualification Professionnelle (CQP) en tant qu'opticien responsable commercial de magasin d'optique.



Ma progression à l'atelier :

					Gère de façon autonome les montages.
				Effectue le cycle de montage au complet passant de la réception des verres au montage final.	Effectue les livraisons d'équipement seule.
			Meulage des verres.	Livre les lunettes avec l'assistance de Vincent.	Pratique les soudures seule.
		Vérification et contrôle des verres.	Montage des verres.	Pratique quelques soudures.	Effectue tout type de réparation.
	Ouverture et contrôle des livraisons.	Contrôle des suivis de commande.	Contrôle du montage fini avec vérification derrière de Vincent.	Gère en totale autonomie les commandes.	Assiste aux montages des montures percées.
Simple observatrice.	Effectue quelques petites réparations simples.	Effectue les réparations dites ordinaires.	Fait l'objet d'assistante lors de soudure.	Prends des initiatives sur les réparations.	Contrôle et règle le fonctionnement des machines.

Annexes

Annexe 1 : *Présentation des instruments*

Frontofocomètre automatique

Machine automatique de meulage Kappa

Meule à main

Raineuse semi-automatique

Ventilette

Bac à ultrason

Outillage

Tablette à soudure

Annexe 2 : *Fiche atelier multifonctions OPTIMUM*

Fiche Atelier du *mardi 16 février 2010*

DESMAUX **NATHALIE**
175, AV des Platanes
15-juin-55
83140 LE BRUSC
D 04 94 10 21 02 B 04 94 10 21 03
10000
55 ans *111513*
Optique Optimum 2007 83000 Toulon

Dr : AMAR
Conseiller : PIE
Provenance : AMI/FAMILLE
Total : 598,78 €
Acompte Versé :
Solde : 598,78 €
Poste Principal **Non Réglé**
A.G.F. TYPE 1 (13.22 E)

A livrer : mardi 16 février 2010

Ecarts et Hauteurs

	Ec VL	Ec VP	Ht VL	Ht VP
D.	32.0	30.0	17.0	
G.	32.0	30.0	17.0	

0672888160
CPAM Caisse de TEST
N°Sécu: 255069999999934

Vision de Loin (Equipement 1) N. Prisme Base
+2.00 (+1.00 0°) +0.00
+2.00 (+1.00 0°) +0.00 2574
123 Ddp 607 47*17 71.00 €
ORMA . 65 ORG ES 36.00 €
ORMA . 65 ORG ES 36.00 €

Vision de Près (Equipement 2) N. Prisme Base
+2.00 (+1.00 0°) 2426
+2.00 (+1.00 0°)
124 Oxydo 6F1 49*17 87.00 €
ADVANS STYL CRIZAL FORTE 65 ORG ES 191.00 €
ADVANS STYL CRIZAL FORTE 65 ORG ES 191.00 €

= **Détachable**

= **Pré-découpage**

Réservé Essibox
PIE
mardi 16 février 2010
jeudi 16 février 2012

+2.00 (+1.00 0°) +0.00 +2.00 (+1.00 0°) +0.00 ES
ORMA . 65 ORG
ORMA . 65 ORG ES

+2.00 (+1.00 0°) +2.00 (+1.00 0°) ES
ADVANS STYL CRIZAL FORTE 65 ORG
ADVANS STYL CRIZAL FORTE 65 ORG ES

Optique Optimum 2007
Avenue de la Buge
Résidence 'Les Champs Fleuris'
83000 Toulon
Tél. 04.94.102.102

NATHALIE DESMAUX
Vos lunettes commandées le
mardi 16 février 2010 seront prêtes le
mardi 16 février 2010

Total: 598,78 €
Acompte Versé :
Solde : 598,78 €
Non Réglé

111513

Optique Optimum 2007
Tél. 04.94.102.102

DESMAUX **NATHALIE**
175, AV des Platanes
ESSILOR FR
83140 LE BRUSC mardi 16 février 2010
ORMA . 65
+2.00 (+1.00 0°) +0.00
+2.00 (+1.00 0°) +0.00
123 Ddp 607 47*17
F B.D B.G V.D V.G

DESMAUX **NATHALIE**
175, AV des Platanes
ESSILOR FR
83140 LE BRUSC mardi 16 février 2010
ADVANS STYL CRIZAL FORTE 65
+2.00 (+1.00 0°)
+2.00 (+1.00 0°)
124 Oxydo 6F1 49*17
F B.D B.G V.D V.G

DESMAUX **NATHALIE**
175, AV des Platanes
83140 LE BRUSC 9602.10

NATHALIE DESMAUX
A livrer mardi 16 février 2010
04 94 10 21 02 = 04 94 10 21 03 = 0672888160

NATHALIE DESMAUX
A livrer mardi 16 février 2010
04 94 10 21 02

Lexique :