

**Compagnie/Nom individuel**

**Titre de la catégorie** (l’Ambassadeur de la marque, le Détaillant de l’année, le Prix de la clinique de soins de la vue de l’année, le Prix du Marketing ou le Prix de la formation)

|  |
| --- |
| **À Propos de Nous**  **Dites-nous en plus sur vous!**  Veuillez fournir les informations générales de l’entreprise ou individuelles. |
|  |
| **Engagement et Inspiration**  **Parlez-nous de votre engagement envers la marque *Transitions* et de l’inspiration qui la sous-tend**   * Qu'est-ce qui a incité votre dévouement à la marque *Transitions®* cette année? * Qu’est-ce qui a inspiré votre travail? * Était-ce en réponse à un problème existant ou était-ce un nouvel objectif? |
|  |
| **Objectifs**  **Parlez-nous de vos objectifs**   * Qu’est-ce que vous espériez accomplir? * Qui avez-vous essayé d'atteindre et comment leurs besoins, leurs préférences et leurs opinions ont-ils joué un rôle? |
|  |
| **Plan et Créativité**  **Parlez-nous de votre plan et de votre approche**   * Comment avez-vous prévu atteindre vos objectifs? * Quelles approches novatrices avez-vous utilisées pour vous aider à réussir? * Avez-vous utilisé une approche complètement nouvelle, une tactique éprouvée ou une combinaison des deux? * Comment la marque *Transitions* et les produits étaient-ils inclus dans vos projets?   + Insérez des exemples et des photos montrant comment vous avez traduit votre plan en actions |
|  |
| **Impact et Résultats**  **Dites-nous comment les choses se sont déroulées incluant les résultats que vous avez obtenus et leur impact sur les ventes de verres Transitions.**   * Comment les choses se sont-elles déroulées? * Comment avez-vous évalué votre réussite? * Avez-vous rencontré ou dépassé vos objectifs? * Comment allez-vous tirer parti de votre réussite? * Comment avez-vous eu une incidence sur les ventes de verres *Transitions*?   + Le cas échéant, assurez-vous d'inclure vos ventes de verres photochromiques (y compris la croissance du nombre de paires et la part de marché sur les ventes totales de verres). |
| **Utilisez cette diapositive si vous soumettez votre candidature pour le Détaillant de l’année, le Professionnel de la vue de l’année, le Prix du Marketing ou le Prix de la formation.** |
| |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | |  | **2019** | **2021** | **% d’augmentation** | | **Ventes de verres *Transitions***  (si pertinent, partagez entre les verres *Transitions® Signature® GEN 8™, Transitions® XTRActive, Transitions® XTRActive®  New Generation, Transitions® Vantage®, Transitions® XTRActive® Polarized™, Transitions® Drivewear®, etc.)* | **Nous comparons à 2019 puisque la plupart des sites ont été fermés pendant quelques mois en 2020 en raison du COVID.** |  |  | | **Part de marché sur vos ventes totales de verres**  **(% de vos ventes de verres qui sont des verres *Transitions*)** |  |  |  | |

|  |
| --- |
| **Impact et Résultats**  **Dites-nous comment les choses se sont déroulées, y compris les résultats que vous avez obtenus et l'impact que vous avez eu**   * Comment avez-vous évalué votre succès? * Pouvez-vous comparer vos efforts à ceux de l’année précédente?   + Publications concernant Transitions sur les médias sociaux: portée/impressions/engagement/vues   + Formation ou allocutions: quantité et taille de l'auditoire   + Média: articles, entrevues * Avez-vous atteint ou dépassé vos objectifs? * Comment construirez-vous sur votre succès? * Votre plan a-t-il eu un impact sur vos ventes de verres *Transitions*? Si oui, inclure vos ventes de verres photochromiques (y compris la croissance des paires et la part du mix global) |
| **Utilisez cette diapo si vous soumettez une candidature pour l’Ambassadeur de la marque** |
| |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | |  | **2019** | **2020** | **% d’augmentation** | | Médias sociaux (publications concernant les verres *Transitions*): total de publications, impressions, portée, nombre de vues de vidéos, engagements, etc | * Total de publications * Portée * Impressions * Vues de vidéos * Engagements * Nombre de clics | * Total de publications * Portée * Impressions * Vues de vidéos * Engagements * Nombre de clics |  | | Formations: sujet, endroit, taille de l’auditoire | * Total des formations * Taille de l’auditoire | * Total des formations * Taille de l’auditoire |  | | Allocutions: sujet, endroit, taille de l’auditoire | * Total des allocutions * Taille de l’auditoire | * Total des allocutions livées * Taille de l’auditoire |  | | Articles/entrevues: sujet, portée, etc. | * Total des entrevues * Taille de l’auditoire/Sujets couverts | * Total des allocutions livrées * Taille de l’auditoire/portée * Sujets |  | | Impact sur l’entreprise  Paires de verres *Transitions® vendues*  (si pertinent, partagez entre les verres *Transitions® Signature® GEN 8™, Transitions® XTRActive, Transitions® XTRActive®  New Generation, Transitions® Vantage®, Transitions® XTRActive® Polarized™, Transitions® Drivewear®, etc.)* | * Total des verres vendus * Total des verres *Transitions vendus* | * Total des verres vendus * Total des verres *Transitions vendus* |  | | Part de vos ventes globales  (% des ventes de verres *Transitions®* sur vos ventes globales) |  |  |  | |