

**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’entreprisePaires 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) |   |   |  |

 |