**Comment gagner un Prix de l’Innovation *Transitions*®**

**GUIDE DE PARTICIPATION ET CAHIER DE TRAVAIL**

Ce cahier de travail est conçu pour vous aider à faire un plan en vue de gagner un Prix de l’Innovation Transitions. Nous vous souhaitons bonne chance!

Commencez par examiner le résumé du Programme des Prix de l'Innovation, qui inclut une description complète des catégories et des exigences, que vous pouvez trouver à [Transitions.com/prix](http://www.transitions.com/prix).

Assurez-vous de garder à l'esprit les critères d'évaluation lorsque vous faites vos plans: engagement et inspiration, objectifs, planification et créativité, répercussions et résultats.

**Déterminez à quel(s) prix vous posez votre candidature pour cette année.**

☐ Ambassadeur de la marque Transitions

☐ Détaillant de l’année USA, détaillant de l’année Canada

☐ Clinique de soins de la vue de l’année aux États-Unis

☐ Clinique de soins de la vue de l’année au Canada

☐ Prix de la formation

☐ Prix du marketing

**Pensez à votre inspiration.**

Qu'est-ce qui a incité votre engagement envers la marque *Transitions®* cette année? Quelle est votre source d’inspiration dans votre travail?

**Quel est ou quels sont votre ou vos objectif(s)?**

Déterminez vos S.M.A.R.T. (Spécifique, mesurable, réalisable, pertinent, durée dans le temps) pour chaque objectif. CONSEIL: Faites correspondre vos objectifs au(x) prix auquel ou auxquels vous vous inscrivez.

Exemple: *Nous mettrons en place un nouveau programme de formation du personnel pour augmenter nos ventes de verres* Transitions® *de cinq paires par semaine afin de gagner le prix de la formation*.

**Remue-méninges.**

Que pouvez-vous faire de nouveau, créatif, innovant et qui vous inspirera à atteindre votre objectif? Avez-vous un thème ou un logo?

**Mettez un plan en place.**

Qu’est-ce que vous allez faire pour atteindre votre objectif?

Qu'y a-t-il de nouveau ou de différent dans ce que vous allez essayer?

Qu’allez-vous faire chaque mois/tout au long de l’année?

|  |  |
| --- | --- |
| **Janvier** |  |
| **Février** |  |
| **Mars** |  |
| **Avril** |  |
| **Mai** |  |
| **Juin** |  |
| **Juillet** |  |
| **Août** |  |
| **Septembre** |  |
| **Octobre** |  |
| **Novembre** |  |
| **Décembre** |  |

**Rôles et responsabilités.**

Déterminez qui dans votre clinique sera responsable de quoi:

**Suivez vos activités.**

Suivez vos progrès mensuellement ou à chaque trimestre. CONSEIL : prenez des photos et/ou notez des exemples de vos activités tout au long de l’année.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Lunetterie** | **Médias sociaux** | **Esprit d’équipe** | **Implication de l’optométriste** | **Incitations** | **Promotions** | **Formation** | **Autres** |
| **Janvier** |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Février** |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Mars** |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Avril** |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Mai** |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Juin** |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Juillet** |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Août** |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Septembre** |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Octobre** |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Novembre** |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Décembre** |  |  |  |  |  |  |  |  |

**Suivez vos ventes et vos résultats.**

Le succès n’est pas uniquement évalué sur les ventes; envisagez d'autres façons d'évaluer votre impact, comme la croissance de votre clinique, la rétention des patients ou la satisfaction de la clientèle.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Mois** | **2019** | **2020** | **% d’augmentation**  |
| **Paires de** **verres** **Verres *Transitions***® **vendues** (Si pertinent, séparezVerres *Transitions*® *Signature® GEN 8™, Transitions*® *Signature®, Transitions® XTRActive®, Transitions® Vantage®,* *Transitions®**Drivewear®,* etc.) | Janvier |  |  |  |
| Février  |  |  |  |
| Mars |  |  |  |
| Avril |  |  |  |
| Mai |  |  |  |
| Juin |  |  |  |
| Juillet |  |  |  |
| Août  |  |  |  |
| Septembre |  |  |  |
| Octobre |  |  |  |
| Novembre |  |  |  |
| Décembre |  |  |  |
| Total de l’année |  |  |  |
| **Part sur les ventes globales**(% de verres *Transitions*® sur vos ventes globales) | Janvier |  |  |  |
| Février |  |  |  |
| Mars |  |  |  |
| Avril |  |  |  |
| Mai |  |  |  |
| Juin |  |  |  |
| Juillet |  |  |  |
| Août  |  |  |  |
| Septembre |  |  |  |
| Octobre |  |  |  |
| Novembre |  |  |  |
| Décembre |  |  |  |
| Total de l’année |  |  |  |

**Tirez parti de vos ressources.**

Comment pouvez-vous utiliser votre laboratoire ou votre fournisseur de lentilles comme une ressource?

Utilisez le matériel de formation et de marchandisage offerts à [**Transitions.com**](https://www.transitions.com/fr-canadapro/).

**COMMENT PARTICIPER**

Les candidatures seront acceptées en ligne à [**Transitions.com/**](http://transitions.com/prix)**Prix** en **janvier 2021.**

Pour participer, les candidats doivent compléter un formulaire de mise en candidature et expliquer leurs efforts en 2020 dans les critères d’évaluation suivants : Engagement et inspiration, Objectifs, Planification et créativité, Répercussions et résultats.

**Des modèles d’inscription** (PowerPoint et Word) sont également offerts, à télécharger sur le site des Prix. Il est recommandé de les télécharger maintenant et de commencer à les remplir à mesure tout au long de l'année afin de ne pas oublier toutes les bonnes idées que vous avez mises en œuvre.

Les candidats peuvent s’inscrire dans plus d’une catégorie et peuvent le faire eux-mêmes ou être mis en nomination par un laboratoire, un manufacturier de verres, un collègue de l’industrie ou un représentant d’une autre organisation de l’industrie.

**Conseils de la part des juges!**

* Ne soumettez pas une seule présentation PowerPoint pour plusieurs catégories. Personnalisez chaque candidature à la catégorie pertinente.
* Établissez des objectifs clairement mesurables en ce moment. Montrez comment vos résultats sont en lien avec votre objectif. Même si vous n'atteignez pas votre objectif, montrez comment vous avez progressé.
* Indiquez vos mesures (résultats, données comparatives par rapport à l’année dernière) graphiquement.
* Prenez des photos, des vidéos et montrez des visuels de ce que vous avez fait pour atteindre vos objectifs. Les instantanés pris avec un téléphone intelligent sont acceptées.
* Mettez l’accent sur certains passages par un changement de caractères ou par de la couleur là afin d’attirer particulièrement l’attention des juges.
* Utilisez correctement les noms des produits, les logos et les images de la marque.
* Essayez de garder la soumission à 10 diapositives. Réfléchissez aux renseignements qui sont nécessaires et ne dépassez la limite que si vous avez besoin de plus de diapositives pour communiquer les informations demandées.

**Bonne chance!**

 