

Rejoignez la franchise GrandOptical

Emblème de la modernité et de l'innovation, l'enseigne GrandOptical existe depuis 20 ans. Son réseau franchisé date de 2007, après l'intégration d'une partie des magasins Visual. Aujourd'hui, GrandOptical compte 209 magasins, dont 118 en franchise. Un chiffre amené à doubler d'ici 5 ans !

L'enseigne souhaite accueillir et former des nouveaux venus, issus de l'optique ou du monde de l'entreprise et du commerce. Le concept de magasin GrandOptical répond à des critères exigeants : des emplacements de premier ordre, un large choix de montures positionnées moyen - haut de gamme, le meilleur de la technologie pour les verres, et un service unique entièrement tourné vers la satisfaction de ses clients. Depuis toujours, GrandOptical est attaché à la qualité et à l'idée que chaque client est précieux. Devenir franchisé GO, c'est partager cette façon de voir unique, ce regard différent et innovant sur le métier.

Aux couleurs de GrandOptical depuis 2 ans et demi.



Marie-Line Thibord

GO / Y a-t'il, chez GrandOptical des choses qui vous rendent particulièrement fière d'appartenir à l'enseigne ?

M-L.T / L'image de marque, la qualité des produits, son expertise et ses services tirés vers le haut. J'ajouterais, expérience à l'appui, le fait d'avoir été si bien accompagnée pendant mon déménagement. Au moindre doute, questionnement, une interlocutrice chargée de la coordination était là pour me répondre ou me rediriger vers la personne compétente. Sans parler des travaux, emménagements, diverses installations effectuées dans les temps. Un confort et un soutien fortement appréciables. Surtout dans un contexte où la concurrence est de plus en plus féroce. Je suis prête à témoigner auprès des franchisés qui hésitent à franchir le pas !

Franchisée à Sens, Marie-Line Thibord est réputée pour son énergie contagieuse et sa saine exigence dédiée aux clients.

GO / Vous venez d'intégrer votre nouveau magasin fraîchement refondu au concept GrandOptical. Alors heureuse !?

M-L.T / Oui, d'autant, que dans mon précédent magasin, le concept commençait à dater un peu. Aujourd'hui, l'agencement est identique à celui des succursales et à mes vœux. Un client parisien, par exemple, qui pousserait la porte de mon magasin trouverait ses marques immédiatement. Il aurait même droit à son petit café.

Bienvenue chez GrandOptical

GrandOptical accompagne chaque franchisé. Une première **formation** porte sur les valeurs et la politique commerciale de l'enseigne, les différentes familles de produits, la mise en place du système informatique intégré, des notions de management et de ressources humaines. Un stage d'immersion dans une succursale complète l'intégration du franchisé.

Des responsables de secteurs visitent chaque magasin plusieurs fois par an pour évaluer les besoins des franchisés. Ils ont aussi pour vocation d'animer le réseau et de promouvoir le dialogue entre les différents magasins GrandOptical d'une même région. Chaque année, ils organisent les **Dîners GrandOp**, des soirées d'échanges entre franchisés et succursalistes autour d'un bon repas. Une rencontre conviviale qui soude le réseau en comptant sur le talent et l'enthousiasme des hommes.