





LES ENSEIGNES KRYG GROUP :

TROIS POSITIONNEMENTS COMPLÉMENTAIRES POUR COUVRIR TOUT LE MARCHÉ

	<p>Avec l'objectif d'en offrir davantage au consommateur pour un même niveau de dépenses, l'Enseigne s'engage en 2015 dans un nouveau cycle fondé sur des temps forts marchands, une nouvelle identité et un dispositif média réinventé. L'objectif est de recruter de nouveaux clients et de rendre la marque accessible et désirable.</p>
	<p>Avec le modèle économique le plus attractif du marché (cotisations moyennes à 3 %), Vision Plus voit son positionnement repensé autour du savoir-faire de l'opticien, pour offrir à ses clients davantage de proximité.</p>
 	<p>Enseigne basée sur le prix, dont l'offensive commerciale va se poursuivre, avec des offres originales. L'objectif est de permettre aux consommateurs de respecter leur budget, tout en accédant à des marques de référence. L'Enseigne mise plus que jamais sur le renforcement de sa stratégie digitale au cours des prochains mois.</p>