



WestGroupe



*"If we only relied on past trends, we would continue to develop the same styles over and over and never evolve."*

*« Si nous comptons uniquement sur l'historique des ventes, nous créerions continuellement les mêmes styles sans jamais évoluer. »*

#### Data versus Gut Feel?

Finally, whether you are a retailer shopping for your optical dispensary, a distributor selecting collections, or an eyewear designer, there is always one question to consider. Do you rely on historical sales trends, or do you go with your instinct or "gut feeling" when choosing/designing what you will add to your assortment? **Suliteanu of WestGroupe says,** "We rely on both sales trends and gut feeling. I think the gut feeling comes more into play when we are evaluating new concepts, colors, and trends and stepping out of the box with our designs. If we only relied on past trends, we would continue to develop the same styles over and over and never evolve".

Chris Longstaff has a similar sentiment. He believes, "Sales trends are important to study to ensure you are meeting market expectations. However, having a healthy gut instinct is good. My gut feeling is genuinely influenced by factors outside the industry that tell me how people are perceiving fashion, trends, etc."

For Mehran Baghaie, it's instinct all the way. He says, "Sadly, I am a "gut feeling" kind of guy, so I will never become a filthy rich person, but I love what I do." Using the world as his muse, Mehran prides himself on not following trends but helping to create them.

This behind-the-scenes look at the processes involved in a frame's journey from selection to sale has hopefully shed some light on the different factors that are considered to ensure the correct assortment mix for each new buying season. ■

#### Se fier aux faits ou à l'instinct?

Enfin, que vous soyez un détaillant effectuant des achats pour sa salle de montre, un distributeur sélectionnant des collections ou un designer de lunettes, la même question se pose. Devez-vous vous fier à l'historique des ventes ou à votre instinct lorsque vous choisissez ou concevez les lunettes que vous allez ajouter à votre assortiment ? « En fait, les deux sont importants. Je crois que l'instinct prend le dessus lorsque nous évaluons de nouveaux concepts ainsi que de nouvelles couleurs et tendances et que nous sortons des sentiers battus. Si nous comptons uniquement sur l'historique des ventes, nous créerions continuellement les mêmes styles sans jamais évoluer », souligne Beverly Suliteanu de WestGroupe.

Chris Longstaff abonde dans le même sens. « Il est important d'analyser les ventes pour s'assurer de répondre aux attentes du marché. Toutefois, avoir un bon instinct est une bonne chose. Le mien est véritablement influencé par des facteurs extérieurs à l'industrie qui m'indiquent comment les gens perçoivent la mode, les tendances, etc. »

Pour Mehran Baghaie, tout relève de l'instinct. « Malheureusement, puisque j'aime suivre mon instinct, je ne deviendrai jamais très riche, mais j'adore ce que je fais. » Le monde lui sert de muse et il est fier de ne pas suivre les tendances, mais plutôt de participer à leur création.

Nous espérons que ce survol du processus de sélection des montures jusqu'à leur vente a su vous éclairer sur les différents facteurs qui sont pris en compte pour assurer que vous ayez un assortiment de montures adéquat à chaque nouvelle saison d'achat. ■



Spectacle  
Eyeworks