

ÉTUDE DE CAS – BONLOOK

QUAND L'INNOVATION NUMÉRIQUE RENCONTRE L'EXPÉRIENCE PHYSIQUE



BONLOOK

Un héritage familial propulsé par l'innovation

Lorsque Dr Frédéric Marchand, optométriste, rejoint le groupe FYiDoctors en 2015, il ne se doute pas encore du rôle central qu'il jouera dans l'expansion de BonLook, une entreprise québécoise spécialisée dans la vente de lunettes. Fondée par Sophie et Louis-Félix Boulanger, BonLook fait ses premiers pas en tant que détaillant en ligne, se démarquant rapidement par son style innovant et accessible, misant sur des montures tendance, abordables et au design contemporain qui séduisent une clientèle soucieuse de mode, toujours en quête de qualité mais à un bon prix.

Dès le départ, l'entreprise fait preuve d'une vision audacieuse en choisissant la vente en ligne pour un produit traditionnellement vendu exclusivement en magasin. À une époque où les achats en ligne étaient encore relativement nouveaux dans le domaine optique, cette décision représentait une prise de risque calculée, mais innovante. Toutefois, la direction comprend rapidement que, pour pleinement séduire la clientèle québécoise et répondre aux attentes croissantes des consommateurs, une stratégie omnicanale combinant harmonieusement expérience numérique et physique s'impose comme une évidence. Comme l'explique Dr Marchand : « *Les gens, particulièrement au Québec, aiment essayer leurs lunettes; l'aspect service en magasin est aussi important* ».

C'est ainsi que BonLook inaugure sa première boutique, lançant son parcours omnicanal ambitieux. En 2022, l'entreprise BonLook est intégrée au groupe canadien d'optométristes indépendants FYiDoctors, qui gère maintenant un réseau de plus de 400 cliniques de soins de la vue, dont les cliniques Visique au Québec. BonLook possède actuellement 24 magasins : 16 au Québec – le plus récent étant situé au centre commercial Royalmount à Montréal – et les autres en Ontario. La marque BonLook fait maintenant partie, tout comme Visique au Québec ou FYiDoctors dans le reste du Canada, de l'entreprise canadienne FYihealth Group.

L'arrimage parfait entre numérique et physique

La clé du succès de BonLook repose sur son modèle hybride unique, combinant le commerce numérique avancé à des boutiques physiques élégantes et conviviales. Dès ses débuts en ligne, l'entreprise a été pionnière au Québec dans l'utilisation de technologies, telles que l'essai virtuel des lunettes, facilitant ainsi le choix des consommateurs. *«La technologie permet de s'adapter à ce que le consommateur aime faire. On veut rester à l'avant-garde pour que ce soit le plus facile possible pour le consommateur tout en donnant accès aux meilleures technologies possibles»*, affirme Dr Marchand.

En boutique, BonLook enrichit l'expérience numérique grâce à des outils technologiques avancés, comme la solution OptikamPad, qui permet de prendre des mesures oculaires précises sur place, garantissant ainsi un confort optimal et une personnalisation poussée.

Un design inspiré qui dépasse les frontières

La marque BonLook est devenue suffisamment forte pour que l'entreprise décide de l'offrir dans son réseau de points de vente Visique, élargissant ainsi sa portée au-delà des seules boutiques BonLook. Dès la deuxième année, l'entreprise a commencé à mener quelques projets pilotes dont les résultats ont été très positifs.

La combinaison d'un design original encore aujourd'hui conçu à Montréal et d'une stratégie omnicanale réussie a permis à BonLook de surpasser ses concurrents, offrant à sa clientèle non seulement des lunettes de qualité supérieure, mais en plus une expérience mode complète et authentique. *«On a créé une marque de monture avec un style qui plaît à beaucoup de gens. Depuis qu'on a mis les collections BonLook dans nos boutiques, on a dépassé les ventes de Ray-Ban, un important compétiteur»*, souligne fièrement Dr Marchand. Il ajoute également que BonLook a un réel potentiel de croître de façon nationale et internationale, soit à travers son réseau ou à travers d'autres réseaux éventuellement.

Une infrastructure technologique au service de l'agilité

L'une des forces stratégiques majeures de BonLook réside également dans le développement interne de sa propre plateforme technologique. Cette solution maison permet à l'entreprise de gérer de façon centralisée toutes ses activités – de la gestion des boutiques aux commandes en ligne – tout en ayant la liberté d'en faire évoluer les fonctionnalités selon ses besoins, sans dépendre d'un fournisseur externe. Cette indépendance numérique constitue un levier d'agilité essentiel dans un marché en transformation rapide.

Former et mobiliser les équipes pour l'excellence numérique

Le succès numérique et physique de BonLook repose en outre sur un investissement important dans le développement des compétences numériques de son personnel. Grâce à une culture d'innovation inclusive, chaque membre de ses équipes, qu'il soit opticien en boutique ou développeur technologique, participe activement à l'amélioration continue des outils et des processus numériques. Par exemple, lors de l'implantation de la solution OptikamPad, des formations pratiques ont été suivies en boutique, accompagnées de guides d'utilisation et de séances de coaching entre collègues afin d'assurer une adoption efficace. Des sessions régulières de rétroaction terrain permettent aussi d'affiner les technologies utilisées et de garantir que l'expérience client demeure à la hauteur des attentes toujours croissantes des consommateurs et consommatrices.

Un avenir tourné vers l'innovation continue

Dr Marchand mentionne par ailleurs que BonLook s'intéresse aux possibilités qu'offre l'intelligence artificielle, notamment pour enrichir l'expérience client ou optimiser certains processus internes. Bien que ces usages soient encore à l'étude, l'ouverture à ces technologies émergentes illustre la volonté de l'entreprise de rester à l'avant-garde.



Qu'il s'agisse d'améliorer encore davantage la précision des mesures optiques, d'explorer des innovations, telles que l'impression 3D personnalisée, ou d'intégrer plus profondément l'intelligence artificielle dans ses processus, l'entreprise continue de placer l'innovation au cœur de sa stratégie.

Grâce à son modèle omnicanal efficace, à l'originalité de son design et à l'implication active de ses équipes, BonLook se positionne pour rester une référence d'excellence numérique dans le commerce de détail, au Québec et bien au-delà.



Propos tirés d'une entrevue avec Dr Frédéric Marchand, VP Visique et BonLook @FYiHealthgroup.

Pour en savoir davantage sur l'entreprise : BonLook

Entrevue réalisée le 11 avril 2025

Pour tout renseignement ou commentaire concernant ce document, veuillez contacter :

Détail Québec

550, rue Sherbrooke Ouest
Bureau 590, tour Ouest
Montréal (Québec) H3A 1B9

Téléphone : 514 393-0222
Ligne sans frais : 1 888 393-0222
Courriel : info@detailquebec.com

© 2025 Détail Québec

detailquebec.com