

Kompetenz vermitteln & Kundenfrequenz steigern

Um in der Augenoptik mit qualitativen Dienstleistungen zu überzeugen, muss der Kunde einen echten Mehrwert erleben. Die niederländische Firma i-Optics, Hersteller einer innovativen Funduskamera, bietet genau dies. Im Fokus des Konzepts stehen die Steigerung des Durchschnittspreises pro Brille, sowie Kunden, die das Vorsorgeangebot aktiv weiterempfehlen.

Rolf Engelke von der Optik Engelke GmbH in Neunkirchen-Vluyn zählt mit zu den ersten, die die Funduskamera EasyScan auf dem deutschen Markt einsetzen. Das Fachgeschäft ergänzt seit Januar 2013 sein Dienstleistungspaket rund um die Optometrie mit der handlichen Funduskamera: „Dank des EasyScan können wir unseren Kunden in nur drei Minuten ihre Netzhautbilder auf einem Monitor zeigen und diese besprechen. Das macht Eindruck.“

Der wirtschaftliche Erfolg, den Optik Engelke mit der qualitativen Dienstleistung erzielt, ließ sich bereits nach den ersten Monaten mit Zahlen messen: Die Umsatzsteigerung im ersten Quartal 2013 gegenüber der Vergleichszahl vom

Vorjahr betrug 12 Prozent und dies bei rückläufigem Branchentrend. Rolf Engelke erklärt, dass nach der Vorsorgeuntersuchung die Preisdiskussion beim Brillenkauf so gut wie wegfällt und die Kunden von sich aus bereit sind, mehr Geld für gutes Sehen zu investieren.

Der messbare Nutzen laut Rolf Engelke ist: „Eine deutliche Steigerung des Durchschnittspreises pro Brille und begeisterte Kunden, die von sich das Vorsorgeangebot aus gerne weiterempfehlen. Wir konnten den Netto-Durchschnittspreis pro Brille von 214 Euro auf 371 Euro – dank des neuen Konzepts – steigern.“

Augengesundheit im Fokus

„Mit dem Angebot hatten wir in erster Linie die Augengesundheit unserer Kunden im Fokus. Die Umsatzsteigerung freut uns, war aber nicht der ausschlaggebende Grund für diese Investition. Anfangs waren wir selbst über den Erfolg überrascht“, erklärt Rolf Engelke.

Regelmäßiges Fundus-Screening dient der Vorsorge. Nach Angaben von i-Optics wird ungefähr einem Viertel der Scree-



Die EasyScan-Kamera scannt die Netzhaut und erstellt ein Bild. Das Verfahren ist schnell und einfach.

ning-Kunden eine vertiefende augenärztliche Diagnostik empfohlen. „Wir stellen weit mehr Auffälligkeiten bei unseren Kunden fest als erwartet“, bestätigt Rolf Engelke.

Dass es nicht nur um Vorsorge geht, sondern in Einzelfällen sogar um dringenden Handlungsbedarf, belegt folgende Aussage: „Ungefähr vier Prozent unserer untersuchten Kunden sind „Notfälle“, die wir sofort an einen Augenarzt oder eine Augenklinik vermitteln. Es ist schön für uns zu sehen, dass wir Menschen durch diesen zusätzlichen Service ganz konkret helfen konnten“, freut sich Rolf Engelke.

Umsatzsteigerung und Neukundenzuwachs

Ein Ziel des Konzepts ist es, Neukunden über Empfehlungsmarketing zu gewinnen. Die Neukundenrate von Optik Engelke liegt beispielsweise bei ca. 50 Prozent seit der Einführung des Screenings. „Dabei werben wir noch gar nicht aktiv mit dem neuen Service“, erklärt Rolf Engelke.

Annett Schulz von der Firma Augenblicke in Wittenberge bestätigt die Erfahrungen von Rolf Engelke. Sie hat ihr Geschäft anlässlich des fünfjährigen Bestehens komplett neu positioniert und

i-Optics stellt seinen Kunden ein komplettes Werbe- und Kommunikationspaket zur Verfügung. Das Paket beinhaltet u. a. Flyer, Mappe, Kundenausdrucke sowie detaillierte Mitarbeiterschulungen.



sich für Optometrie als Schwerpunkt entschieden. „Die Funduskamera passt perfekt zur Optometrie. Das Marketing-Konzept von i-Optics hat uns gleich angesprochen. Unsere Wiedereröffnung war im September 2013 und wir stellen bereits fest, dass wir Umsatzzuwächse haben und der Neukundenanteil kontinuierlich steigt.“ Annett Schulz empfiehlt die Ausbildung zum Optometrist als Grundlage für diese Art der Dienstleistung.

Kooperation mit Augenärzten

Annett Schulz sieht die Zusammenarbeit mit Augenärzten eindeutig als Vorteil. Sie nutzt ganz aktiv die Möglichkeit der fachärztlichen Auswertung, die i-Optics als Service für seine Kunden vereinbart hat.

Rolf Engelke macht ebenfalls durchweg positive Erfahrungen mit den Augenärzten in seinem Umfeld. So werden Patienten vermittelt, die ansonsten den Weg zum Facharzt nicht oder vielleicht erst zu spät gesucht hätten. Horst Geldmacher von der Augenoptik Foto Studio Geldmacher GmbH in Bad Salzdetfurth, der bereits seit 2003 sein Geschäft als Sehzentrum führt und seit kurzem mit der Funduskamera arbeitet, bestätigt dies ebenfalls.

Annett Schulz führt die positive Resonanz auf dieses Vorsorgeangebot darauf zurück, dass die Augenärzte meist lange Wartezeiten haben und die Kunden deshalb die bequemere Möglichkeit der Vorsorge beim Augenoptiker gerne nutzen.

Hochwertige Ausstattung schafft Kundenvertrauen

Mit dem zusätzlichen Vorsorgeservice des Fundus-Screenings macht Horst Geldmacher sehr gute Erfahrungen: „Wir hatten bereits vorher einen hohen Durchschnittspreis bei Brillen und uns überregional einen Namen gemacht. Durch die Aufnahmen vom Augenhintergrund wird unsere Kompetenz noch deutlicher für den Kunden wahrnehmbar. Wir zeigen beispielsweise die Aufnahmen auf einem großen Monitor. Dies beeindruckt unsere Kunden.“

Horst Geldmacher legt schon immer Wert auf beste technische Ausstattung im Geschäft: „Nicht nur weil ich Augenoptikermeister mit Leib und Seele bin, sondern weil die Kunden dies schätzen und



Nasale Aufnahme einer gesunden Netzhaut mit dem Sehnervenkopf in der Mitte.



Zentrale Aufnahme einer gesunden Netzhaut mit der Fovea Centralis.

Der Hersteller von Funduskameras mit Scanning-Laser-Ophthalmoskopie (SLO) – i-Optics – hat für den deutschen Markt ein Marketingkonzept entwickelt, das vor allem Umsatzzuwachs und einen größeren Anteil an Neukunden im Fokus hat.

Der niederländische Hersteller begleitet den Augenoptiker von Anfang an im Umgang mit der Technik sowie in der richtigen Kundenansprache. Zusätzlich bekommt er ein Starterpaket mit verkaufsfördernden Unterlagen. Darin enthalten ist die Grundausstattung mit Marketingunterlagen wie Informationsbroschüren, die die Vorteile der Untersuchung erklären sowie Einladungsschreiben zu den Screening-Tests. Gut gelöst ist auch die Übergabe der Unterlagen an den Kunden in Form einer hochwertigen Mappe.

Der Vorteil dieses bildgebenden Verfahrens ist, dass die Kompetenz in Sachen Augengesundheit mit den Fotos der Netzhaut anschaulich untermauert wird – denn Bilder sagen mehr als Worte. Die Aufnahmen lassen sich in Form eines Berichtes ausdrucken, der den Hinweis enthält, dass eine aussagekräftige Untersuchung nur durch den Augenarzt durchgeführt werden kann. i-Optics hat alle Marketingunterlagen anwaltsrechtlich überprüfen lassen, damit der Augenoptiker abgesichert ist.

Technik: Scanning-Laser-Ophthalmoskopie (SLO)

Die Funduskamera EasyScan erzeugt dank „Scanning-Laser-Ophthalmoskopie“ (SLO) sehr detaillierte Aufnahmen der Netzhaut mit hoher Bildqualität. Die Vorteile der SLO-Technologie sind, dass sie selbst bei kleinen Pupillen ab zwei Millimetern funktioniert – ganz ohne zu tropfen und erlaubt die Darstellung mehrerer Schichten der Netzhaut. Pathologien sind sowohl an der Oberfläche, als auch in tieferen Schichten der Netzhaut gut zu sehen. Die Bilder werden direkt am PC-Bildschirm angezeigt und lassen sich sofort beurteilen, abspeichern sowie per E-Mail versenden. Die Funduskamera EasyScan ist kompakt – und damit auch für den mobilen Einsatz geeignet, hat eine preisgekrönte Form und wird unter 20.000 Euro gehandelt. Das neue Konzept stellt i-Optics übrigens auch auf der opti 2014 in München vor.

honorieren.“ Der EasyScan passt deshalb sehr gut in die Positionierung technisch orientierter Augenoptikfachgeschäfte. „Wir präsentieren den EasyScan gut sichtbar im Ladenlokal. So machen wir unsere Kunden bewusst darauf aufmerksam.“ ■

Dieser Artikel wurde der DOZ freundlicherweise von der Firma i-Optics zur Verfügung gestellt.

Anzeige

Ladenbau!

www.soekerlaeden.de
Tel: 02855-93010