



EIN GEWINN FÜR ALLE BETEILIGTEN



Ingrid Zajonz aus Illingen ist die neunte Anpasserin des Monats für moderne Ciba Vision Kontaktlinsensysteme. Sie konnte im Oktober die meisten Neuanpassungen vornehmen und verrät hier ihr Erfolgskonzept.

Von Silke Sage

„In den letzten Jahren konnte ich feststellen, dass bei jüngeren Kindern im Grundschulalter immer häufiger eine höhere Kurzsichtigkeit auftritt“, sagt Ingrid Zajonz, Inhaberin von Zajonz Optik am Markt. Wie in einigen Fachmedien veröffentlicht, könnte eine der Ursachen in den geänderten Lebensbedingungen der Kinder liegen. Ihre Aktivitäten liegen häufiger im Nahbereich, beispielsweise beim Fernsehen, Computerspielen und Lesen. „Dadurch steigt die Notwendigkeit, dass bereits Sechs- bis Siebenjährige eine Sehhilfe tragen müssen, auf die sie auch nicht kurzzeitig verzichten können. Da diese jüngeren Kinder sehr aktiv sind, vielen Freizeitaktivitäten nachgehen und Sport betreiben, ist eine Brille nicht immer adäquat. Im Kundengespräch werden daher Kontaktlinsen immer öfter zum Thema.“ Selbst wenn sich Eltern nach einem eingehenden Beratungsgespräch und dem Austesten

der Kontaktlinsen durch ihre Jüngsten doch erst gegen die unsichtbaren Sehhilfen entscheiden, sind sie wie auch die Kinder selbst auf das Thema sensibilisiert. „Schon oft habe ich erlebt, dass dann in der Pubertät, wenn die Kinder mehr selbst entscheiden dürfen bzw. die Eltern nicht mehr so ängstlich sind, die Entscheidung für die Kontaktlinse fällt. Daher stellt die Ansprache von bereits jungen Kindern auf Kontaktlinsen für mich einen Möglichkeit dar, mein Kontaktlinsengeschäft weiter auszubauen.“

Entwicklungspotential für Kontaktlinsen ausschöpfen

Ingrid Zajonz, die 1995 ihr Augenoptikgeschäft in Illingen eröffnet hat, sieht noch großes Entwicklungspotential im Kontaktlinsengeschäft. Neben der Ansprache von Eltern nutzt sie die Unterstützungshilfen und Marketingmaßnahmen von Herstellern. „Die Kontaktlinse ist Dank der Materialien der Hersteller sehr präsent



in meinem Geschäft. Ich werbe viel und biete beispielsweise Testlinsen zum Probetragen an.“ Außerdem gibt die Augenoptikerin ihren Kunden nach der Neuanpassung oder beim Nachkauf oft Gutscheine mit um sie zum Wiederkommen anzuregen. „Darüber hinaus lege ich beispielsweise beim Friseur Gutscheine aus und mache somit bei potentiellen Neukunden auf die Brillenalternative aufmerksam.“ Ingrid Zajonz, die ihrerseits beim Sport lieber Kontaktlinsen als Brille trägt, geht auch aktiv auf Sportvereine zu oder sponsort Sportveranstaltungen und nutzt dann die Chance, Sportler auf Kontaktlinsen anzusprechen. „Man muss neue Wege gehen, um sich gegen die Konkurrenz durchzusetzen“, sagt die 48-Jährige. Große Hoffnungen setzt sie auf Jungpresbyope: „Die jungen Leute wollen noch keine Gleitsichtbrille tragen und da kommen Multifokallinsen gerade recht – in diesem Segment steckt aus meiner Sicht großes Entwicklungs- und Umsatzpotential.“

Gutes Betriebsklima trägt zur Kundenzufriedenheit bei

Alle Maßnahmen zur Steigerung des Kontaktlinsenpotentials würden jedoch nichts nutzen, solange das Thema nicht im Geschäft präsent sei und die Mitarbeiter es mit Begeisterung mittrügen. „Mir ist es sehr wichtig, dass alle meine Mitarbeiter kompetent beraten können und den Kunden bei einer Nachfrage nicht vertrösten müssen, bis die Chefin wieder da ist um eine Antwort zu geben.“ Dafür nehmen Ingrid Zajonz und ihre drei Mitarbeiterinnen Inhouse-

Schulungen von Außendienstmitarbeitern wahr und besuchen abwechselnd externe Seminare. Dies habe einen weiteren positiven Effekt: „Dadurch dass meine Mitarbeiter kompetent und eigenständig beraten können, ist die Mitarbeiterzufriedenheit hoch. Dies wirkt sich positiv auf das Betriebsklima aus.“ Um den Zusammenhalt zu fördern, unternimmt das Team einmal im Jahr einen Betriebsausflug. „Es tut gut, wenn man mal ein gemeinsames Wochenende in einem Wellness-Hotel verbringt“, sagt die Geschäftsführerin. Diese gute Stimmung im Team übertrüge sich wiederum auf die Kunden und erhöhe auch deren Zufriedenheit – also ein Gewinn für alle Beteiligten.

Weitere Infos über die Aktion Anpasser des Jahres von Ciba Vision finden Sie unter www.cibavisionacademy.de und unter www.euro-focus.de/anpasser-des-jahres

ERFOLGSKONZEPT IN VIER STICHPUNKTEN:

1. Hoher Servicegedanke
2. Sich und seine Mitarbeiter weiterbilden
3. Wachstumschancen nutzen durch Kontaktlinsenanpassungen bei Kindern und Jungpresbyopen
4. Marketingunterstützungen von Herstellern in Anspruch nehmen