

Konzepte sind gefragt!



Marcel Zischler

Schreiben Sie uns Ihre Meinung!
zischler@doz-verlag.de

Professionalität liegt oft viel Hirnschmalz zu Grunde. Von nichts kommt schließlich nichts. Professionalität heißt weiter, sich mit Prozessen zu beschäftigen, sich selbst auch immer wieder zu reflektieren, die Nase in den Wind zu halten, à jour zu sein. Ganz schön anstrengend nicht wahr?!

Es wird aber massiv einfacher und entsprechend weniger anstrengend, wenn man sich schon mal einen Plan, ein Konzept zurecht gelegt hat. Das Thema Konzepte war an der opti omnipräsent. Eine Vielzahl von Herstellern und Lieferanten haben nicht mehr nur ihre Produkte, sondern eben diese Konzepte im Fokus. Verständlich, da es für den geschäftlichen Erfolg eben viel mehr als nur gute Produkte benötigt. Einige Kontaktlinsenfirmen haben erkannt, dass ihre Kunden, die Kontaktlinsenanpasser, oft mit Schwierigkeiten zu kämpfen haben, die außerhalb von Anpassung und Co. liegen. Es handelt sich hier um die Fragestellungen „Wie vermarkte ich mich?“, „Wie kommuniziere ich?“, „Wie kalkuliere ich?“, „Wie binde (besser, wie begeistere) ich meine Kunden?“ etc.

Legitime Fragestellungen und auch sehr wichtige! Gut, dass sich die Kontaktlinsenindustrie hier Gedanken macht und dem Anpasser mit verschiedensten Lösungen hilft, sein Business erfolgreich zu entwickeln. Die Erkenntnis, dass die fachliche Kompetenz alleine nicht reicht, hat doch einige Firmen dazu bewogen, innovative Konzepte für ihre Kunden zu entwickeln. Marktforschung und Konsu-

mentenbefragungen bilden jeweils oft die Grundlage für solche Lösungskonzepte.

Etwas neuer ist der Ansatz, dass der Einsatz von technischen Diagnosegeräten die Basis für Mehrwertkonzepte bilden. Diese Geräte erlauben eine präzise und schnelle Beurteilung der Augen- und Sehsituation des Kunden, welche die Grundlage für eine weiterführende Beratung des Kunden sicherstellt. Konkret resultieren daraus Messergebnisse, welche dem Kunden aufzeigen, dass unter Umständen eine Mehrfachlösung für ihn das Richtige ist. Mehrfachlösung im Sinne von bedarfsgerechten Brillen oder Kontaktlinsen. Diese Bedürfnisse respektive deren zugrunde liegenden Seh-Defizite sind den Kunden oft nicht immer bewusst, werden verdrängt oder einfach schlicht akzeptiert. Das muss nicht sein und verhindert so manche optimale Versorgung für gutes, umfassendes und gesundes Sehen.

Nutzen Sie diese Konzepte. Sie verbessern Ihre Professionalität und bieten Ihnen weitere Chancen für wirksame Alleinstellungsmerkmale gegenüber Ihren Mitbewerbern! Denn eines ist sicher: Die Differenzierung nur über den Preis endet in einer womöglich tödlichen Sackgasse.

Bleiben Sie am leben – gesund, munter, kundenorientiert!