



Florian
Gahbauer,

Augenoptikermeister und Betriebsleiter der Firma Lebi Optik, Markt Schwaben

1 Wir arbeiten seit Mai 2011 mit der Firma Sauflon zusammen. Unsere interne Zielvorgabe war, mit einem KL-System eine bessere Kundenbindung zu erreichen, die zugleich durch aktive Kommunikation mit dem Kunden unterstützt wird. Hier wurde auch der Grundstein im Zusammenspiel zwischen Ipro und Sauflon gelegt. Das Wichtigste für uns ist die pünktliche und zuverlässige Lieferung der Kontaktlinsen. Daraus resultiert eine sehr zufriedene Kunden-Resonanz.

„Nicht der Kunde muss uns auf Linsen ansprechen, sondern wir machen den ersten Schritt.“

2 Für viele unserer Kunden ist das KL-System etwas Neues und dafür haben sie erfreulicherweise ein offenes Ohr. Wir bieten ein großes Servicepaket rund um die Linse an und sind deshalb preislich nicht mehr so leicht vergleichbar. Unsere Kunden schätzen die bequeme Lieferung und zugleich den persönlichen Ansprechpartner vor Ort. Schön ist zu beobachten, dass der Umsatz Monat für Monat ansteigt, weil immer mehr Kunden sich für das KL-System entscheiden und nur eine sehr geringe Anzahl abspringt. Der Trend der verkauften Linsen geht natürlich in Richtung Silikon-Hydrogel. Die bisherige Erfahrung zeigt, dass sich vor allem Kunden für das System entscheiden, die Wert auf Qualität legen.

3 Die Kontaktlinse spielt bei uns schon bei der Brillenauswahl eine wichtige Rolle, da die Wahl der Fassung mit Linsen auf den Augen erleichtert wird. Das damit verbundene Einkaufserlebnis verschafft

Kontaktlinsen-Abos unter der Lupe, Teil 2

Ob unabhängiger Augenoptiker oder Filialist: KL-Abo-Systeme sind die Zukunft. Das ist laut der Meinung vieler Experten so sicher wie das Amen in der Kirche. Warum? Die zahlreichen Vorteile für den Augenoptiker und den Konsumenten liegen auf der Hand: einfach, bequem, sicher, zeitgemäß – dies kurz die wichtigsten Pluspunkte. Das Rad der Zeit dreht sich im Kontaktlinsenmarkt immer schneller und das Internet hat dieses Geschäftsfeld radikal verändert. Und es wird es weiter tun. KL-Abo-Systeme sind ein adäquates Mittel, um hier Gegensteuer zu geben und die Bedürfnisse der modernen Konsumenten zu adressieren und gleichzeitig die Wirtschaftlichkeit der Kontaktlinse zu sichern bzw. zu steigern. Werfen wir einen weiteren Blick auf ein etabliertes System: „lens system direct“ von der Firma Sauflon (Großostheim). Zwei erfolgreiche Augenoptiker berichten über ihre Beweggründe, warum sie mit einem KL-Abo-System arbeiten und worauf es ankommt.

1 Seit wann ist Ihre Firma mit dem KL-System aktiv und was war für Sie die Motivation sich für dieses System zu entscheiden? Was schätzen Sie besonders an der Leistung des Anbieters Sauflon?“

2 Wie hat sich das System auf Ihren Arbeits-Alltag ausgewirkt? Wo bringt es Ihnen die meisten Vorteile? Wie hat sich Ihr KL-Umsatz und das Portfolio der verkauften Produkte verändert?

3 Wie bieten Sie das Service-Paket den Kunden an? Welche Benefits schätzen die Kunden am meisten? Wie hoch ist Ihre Erfolgsrate beim aktiven verkaufen?

4 Was ist Ihrer Meinung nach entscheidend, zur erfolgreichen Umsetzung eines KL-Systems im Geschäft? Was gibt es für Hürden zu überwinden?

5 Welche Rolle für den Erfolg spielt hier Ihr Team? Wie sorgen Sie dafür, dass das Team das System aktiv anbietet?

6 Was wünschen Sie sich noch für zusätzliche Features/Leistungen des Systems, damit Ihr Alltag einfacher wird und die Kunden noch zufriedener/überzeugter sind?

7 Wie sehen Sie die Zukunft der KL-Systeme? Gibt es hier ein Potential in Deutschland und warum?

den nötigen Aha-Effekt und schon ist der Einstieg geschafft. Wichtig ist, dass das System einfach zu verstehen ist und viel Leistung bietet. Wie hoch die Erfolgsrate beim aktiven Anbieten wirklich ist, kann ich nicht genau sagen

4 Nicht der Kunde muss uns auf Linsen ansprechen, sondern wir machen den ersten Schritt. Mit großen Bannern, Postern und Flyer machen wir die Kunden auf unser System aufmerksam. Das Rund-um-Paket enthält viele Vorteile, die der Kunde beim Einzelkauf nicht bekommt. Die größte Hürde ist aber der

Kunde selbst, wenn er z.B. die Linsen nicht nach vier Wochen wechseln will. Dann wird's schwierig und man kann ihn für das System nicht gewinnen.

5 Jeder Mitarbeiter ist auf das KL-System geschult und kann den Kunden von A bis Z bedienen. Beim Verkaufsgespräch ist das Thema Kontaktlinse ein fester Bestandteil und somit wird das KL-System automatisch dem Kunden vorgestellt.

6 Unsere Kunden bekommen jetzt schon ein umfangreiches Paket. Möglich

wäre ein Internetzugang für den Kunden, um seine Daten bearbeiten zu können. Oder eine Statusmeldung über die Paketzustellung, dass der Kunde weiß, wann genau er seine nächste Lieferung bekommt.

7 KL-Systeme sind die Zukunft! Es wird zwar immer wieder die „Einzelpäckchen-Käufer“ geben, die mal da oder dort einkaufen, aber die Kundenbindung ist mit einem System gesichert. Kunden, die sich ihr Einkaufsverhalten und den regelmäßigen Austausch ihrer Linse nicht vorschreiben lassen wollen, werden Sie in kein System bringen. Es ist für Kunden gedacht, die Wert auf Zuverlässigkeit und Regelmäßigkeit, kombiniert mit einem persönlichen Ansprechpartner vor Ort und einer einfachen Abwicklung, wünschen. Zum Glück gibt es sehr viele, die nicht nur die Ware sehen, sondern auch den zusätzlichen Nutzen!



Andreas Schmidt,

Augenoptikermeister, Geschäftsführer, A. Schmidt Augenblick Brillen & Kontaktlinsen GmbH, Wirges

1 Wir hatten ursprünglich ein „Selbstgestricktes“ KL-System. Dieses mussten wir mit zu viel Verwaltungsaufwand betreiben. Wir hatten ursprünglich mit Ipro gesprochen, ob diese uns bei einem

herstellerunabhängigen System helfen. Das ging mir nicht schnell genug. Dann sind wir per Zufall mit Sauflon in Kontakt gekommen. Ipro kam dann ebenfalls mit dazu und so ist innerhalb eines Jahres das System entstanden, dass wir jetzt seit März 2010 aktiv betreiben. Für uns ist ein System wie das unsere insofern klasse, da wir eine ganz normale Linsenanpassung durchführen. Entscheidet sich der Kunde für das System, dann ist das mit zwei bis drei Knopfdrücken so eingestellt, dass die Linsen bestellt werden, der Einzug in unserer EDV generiert wird und der Kunde in eine Bestellsystemliste kommt, wo wir die nächste Lieferung, Nachkontrolle, Einzug, usw. mit organisieren. Also alles sehr einfach und übersichtlich.

„Die Durchschnittspreise der Linsen sind gestiegen.“

2 System-Kunden sind mit wenig Aufwand zu handhaben und bringen regelmäßige, kalkulierbare Einnahmen. Wir haben bisher ohne Werbung ca. 80 Kunden im System. Wir können die Besuche lenken, haben Samstags keine Warteschlangen mehr für Kunden, die nur mal eben Pflegemittel kaufen wollen und können auch Studenten und Pendler optimal bedienen, die nicht permanent an unserem Standort wohnen. Und das Gute daran: die Durchschnittspreise der Linsen sind gestiegen.

3 Die Kunden haben die Wahl zwischen drei Produktgruppen: Good, Better, Best. Sie können wählen, ob sie Linsen bei uns abholen oder sich schicken lassen wollen! Die meisten wählen den bequemen Weg nach Hause. Sie kommen einmal alle sechs Monate zur Nachkontrolle.

Nach einem Jahr erhalten sie einen Gutschein über 100 Euro, den sie für eine Ersatzbrille oder Sonnenbrille verwenden können. Das kommt gut an und macht unseren Preis „Internet – Wettbewerbsfähig“. Wir nehmen zurzeit ca. zwei bis drei Kunden jeden Monat ins System neu auf. Dabei haben wir noch kein Marketing gemacht. Außerdem arbeiten wir gerade an einer neuen Kundenansprache, da wir diese Quote deutlich erhöhen wollen. Denn die Kunden, die es nutzen, sind sehr zufrieden.

4 Das System zielt auf die Qualitätskunden, die bei ihren Linsen die absolute Sicherheit wollen, dass sie vom Fachmann betreut werden und den Rest bequem von zu Hause erledigen können. Die Hürde ist die Angst, sich an ein System zu binden. Man muss viel Überzeugungsarbeit leisten. Da wurde in den vergangenen Jahren viel Vertrauen insgesamt bei den Konsumenten zerstört – nicht nur in der Augenoptik.

5 Wir haben seit drei Monaten eine verantwortliche Person, die sich der Sache angenommen hat. Sie erarbeitet gerade eine Teamschulung, damit wir das System noch besser an den Mann/die Frau bringen können. Es geht am besten über die direkte Ansprache im Laden oder bei Firmenevents.

6 Es müsste einfacher möglich sein, aktuelle neue Produkte in das System einzubinden.

7 Ich glaube fest an die Zukunft der Linse im System, da es immer mehr Menschen gibt, die das Bequeme mit dem Nützlichen verbinden möchten. Da ist das Linsensystem ideal. ■

Marcel Zischler

Anzeige





Fachbücher zur Aus- und Weiterbildung finden Sie in unserem Online-Shop

www.doz-verlag.de