

# Prioritäten setzen



Marcel Zischler

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

Die vorliegende Ausgabe der DOZ hat den Schwerpunkt auf die Kontaktlinse gesetzt. Zweimal pro Jahr geben wir dieser mehr Raum und schenken ihr besondere Aufmerksamkeit. Dies auch nicht zuletzt wegen der starken Anzeigen- und PR-Präsenz der Kontaktlinsen-Industrie in der DOZ, welche das ganze Jahr über dieses führende Fachmagazin nutzt, um bei den Lesern, den Augenoptikern und Optometristen die nötige Aufmerksamkeit zu generieren. An dieser Stelle ein herzliches DANKESCHÖN an all die Firmen, welche so fruchtbar mit uns zusammenarbeiten! Die Industrie hat in dieser Ausgabe ein großes Wort mit zu reden. Sie finden unter der Rubrik „Aus den Unternehmen“ diverse spannende Artikel, welche aus verschiedenen Firmen kommen.

Die Kontaktlinse ist in der D-A-CH-Region zu einer der wirtschaftlich wichtigsten Komponenten innerhalb eines Augenoptik-Fachgeschäfts geworden. Ich behaupte, sie wird in Zukunft sogar noch wichtiger werden! Wieso? Ist denn nicht eher das Gegenteil der Fall, da der Online-Anteil immer noch wächst und auch die Dropout-Rate noch nicht merklich am Sinken ist? Ein berechtigter Einwand, wenn man nur an der Oberfläche kratzt und nur die negativen Aspekte der Entwicklung im Fokus hat. Leider (und so ticken wir Menschen nun halt mal) gewichten wir das Negative oft mehr, als das Positive. Ich kann Ihnen aber versichern, dass in der Pipeline der Industrie noch einige wirkliche Innovationen schlummern, welche Ihnen als Anpasser Instrumente an die Hand geben, die Ihren Geschäftserfolg ganz bestimmt positiv beeinflussen werden.

Doch nicht nur Sie werden profitieren, nein, und das ist ganz wesentlich, vor allem Ihre Kunden werden in den Genuss dieser Innovationen kommen. Und darum geht es schlussendlich, um unsere Kunden, welche wir bestmöglich versorgen und möglichst lange zu UNSEREN Kunden zählen wollen. Am liebsten ein Leben lang! Diese Aussichten stimmen mich positiv. Da macht mir sogar die zunehmende Anzahl presbyop werdender Kontaktlinsenträger (und der damit potenziell verbundenen Aussteigerrate) keine Kopfschmerzen. Dass dies nicht von alleine klappt, liegt auf der Hand. Sie müssen schon „Farbe bekennen“ und die Priorität Kontaktlinse „mit Leben füllen“.

Was das heißt? Ganz einfach! Die Kontaktlinse muss als Teil Ihrer Geschäftsstrategie eine klare Priorisierung bekommen und die entsprechenden begleitenden Maßnahmen müssen konsequent umgesetzt werden. Maßnahmen wie die Schulung des Teams (nicht nur des Anpassers) in Sachen Produktkenntnisse und aktiver Ansprache und Beratung ist wohl einer der wichtigsten Meilensteine auf dem Weg zum Erfolg. Weiter gehören das richtige Produkte-Portfolio, die Umsetzung eines Qualitätssicherungs-Managements (regelmäßiger Augen- und Kontaktlinsen-Check), ein „rundum-sorglos“ Service-Paket und aufmerksamkeitsstarke Marketing-Maßnahmen mit dazu.

Dass die Anpassung einwandfrei ist, gehört für mich zum Standard. Nur diese klare Positionierung, dieses klare Bekenntnis zur Kontaktlinse, sichert Ihnen in Zukunft diesen so spannenden Geschäftszweig. Die Industrie wird dazu auch ihren Beitrag leisten – versprochen.

Großes Indianer-Ehrenwort