



DIE WAHL ZUM ANPASSER DES JAHRES 2011

Von Silke Sage

Die Kontaktlinse hat das Zeug, Augenoptikern neue, zusätzliche Ertragsquellen zu erschließen. Wie aber können sie diese am besten für sich nutzen? Ciba Vision und FOCUS wollten es wissen: In ihrer gemeinsamen Kontaktlinsen-Offensive für den Augenoptik-Fachhandel suchen sie den oder die „Ciba Vision Anpasser/in des Jahres 2011 für moderne Ciba Vision Kontaktlinsensysteme“. Von Februar bis November haben sie zehn erfolgreiche Augenoptiker zum „Anpasser des Monats“ gekürt. Alle haben in den vergangenen FOCUS Ausgaben ihre Erfolgsgeschichten erzählt. Jetzt sind die Leser des FOCUS an der Reihe: Welches Konzept hat Sie am meisten überzeugt? Das Leser-Votum fließt zusammen mit den Stimmen der FOCUS Redaktion und eines Ciba Vision Experten in die Gesamtbewertung ein. Viele Wege führen nach Rom – oder in diesem Falle: zum wirtschaftlichen Erfolg im Kontaktlinsen-Geschäft. Die zehn Anpasser – allesamt Augenoptiker mit überdurchschnittlich hohen Kontaktlinsen-Umsätzen – plauderten aus dem Nähkästchen: Wie spreche ich Kunden aktiv an? Wie verhindere ich, dass ich nach einer zeitintensiven Beratung Kunden an Online-Shops verliere? Wie komme ich überhaupt mit Kunden ins Gespräch über Kontaktlinsen? Wie begegne ich weit verbreiteten Vorbehalten und Fehlinformationen über Kontaktlinsen? Welche Rolle spielt eigentlich die Schaufenster-Dekoration?

FOCUS
Das Magazin für den erfolgreichen Augenoptiker

Bringen Rabatte und Geschenkaktionen Vorteile? Wie kann ich mich gegenüber großen Konkurrenten und Internet-Shops effektiv profilieren? Welchen Wert haben Abo-Systeme für das Kontaktlinsengeschäft? So verschieden die Antworten der Augenoptiker im Detail auch sein mögen, eines eint die zehn Anwärter für den „Anpasser des Jahres 2011“: die Begeisterung für ihren Beruf und Kontaktlinsen. Denn ihre Geschichten machen deutlich: In der aktiven Beratung, Betreuung und Rundumversorgung in Sachen Kontaktlinsen als Ergänzung zur Brille liegt für Augenoptiker der Schlüssel zum Geschäftserfolg. Denn erst in der Kombination aus industrieller Hochtechnologie und dem fachlichen Wissen und Können des Augenoptikers können Kontaktlinsen ihre Stärke entfalten und sich als zeitgemäße Königsdisziplin der Augenoptik präsentieren.

Hier sehen Sie noch mal alle zehn Anpasser auf einen Blick. Alle Erfolgsgeschichten der Kandidaten finden Sie unter www.cibavisionacademy.de und unter www.euro-focus.de/anpasser-des-jahres.

Nur einer der zehn Kandidaten kann den Titel „Ciba Vision Anpasser/in des Jahres 2011 für moderne Ciba Vision Kontaktlinsensysteme“ mit nach Hause nehmen. **Füllen Sie einfach die Postkarte auf der nächsten Seite aus und geben Ihrem Favoriten Ihre Stimme. Mit ein bisschen Glück können Sie auch etwas gewinnen.**

Den Anpasser des Jahres 2011 wird Ihnen dann in der März-Ausgabe des FOCUS präsentiert. ■



JÖRG SEIFERT

„Ich spreche auch ältere Kunden auf Kontaktlinsen an und biete sie Brillenträgern während der Auswahl neuer Fassungen an. So kann ich das Potential, das im Kontaktlinsengeschäft steckt, nahezu optimal nutzen.“



JÖRG SCHÜRHOLZ

„Rundum-Service und günstige Preise – Dank meines Kontaktlinsen-Abo-Systems kann ich meinen Kunden beides anbieten. Das bringt mir gegenüber dem Internet den entscheidenden Vorteil.“



ANNE
WORCH

„Ich lege viel Wert auf den Austausch in meinem Team und regelmäßige Schulungen. Beides macht mich fit für die Kundenberatung.“



OLIVER
HAUGG

„Ich biete meiner Kundschaft verstärkt die Möglichkeit, Kontaktlinsen kostenlos Probe zu tragen. Das senkt die Einstiegshürde und erleichtert die Kaufentscheidung.“



STEFAN
KELLER

„Ich halte es für wichtig, meine Kunden umfassend über das Thema Kontaktlinsen zu informieren. Denn immer wieder stelle ich fest, dass der Bedarf selbst bei denjenigen, die bereits Kontaktlinsen tragen, sehr groß ist.“



JULI
SCHÖNAUER

„Man muss einfach alles richtig machen, um erfolgreich zu sein: Man muss eine persönliche Beziehung zu seiner Kundschaft aufbauen, muss die Bedürfnisse herausarbeiten und dann individuell beraten.“



LUTZ
GERNDT

„Ich lasse mir viel einfallen, wie ich potentielle Kunden auch außerhalb meines Geschäfts auf Kontaktlinsen ansprechen oder sie für dieses Produkt interessieren kann. Durch meine Präsenz in Vereinen und Schulen haben mich Kunden im Falle eines Falles auf dem Radar.“



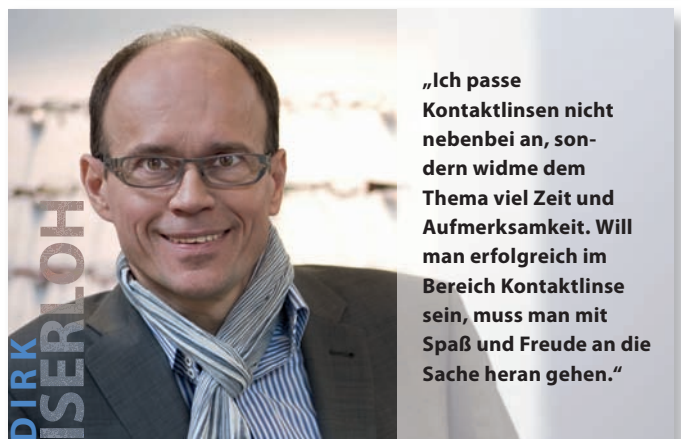
JÜRGEN
KAUNE

„Ich gehe mit viel Begeisterung und Interesse an das Thema Kontaktlinsen heran. Das ist aus meiner Sicht besonders wichtig, um erfolgreich und profitabel mit Kontaktlinsen zu arbeiten.“



INGRID
ZAJONZ

„Meine Mitarbeiter und ich bilden uns kontinuierlich weiter. Nur so kann die Begeisterung für die Kontaktlinse wachsen und kompetent an die Kunden weitergegeben werden.“



DIRK
ISERLOH

„Ich passe Kontaktlinsen nicht nebenbei an, sondern widme dem Thema viel Zeit und Aufmerksamkeit. Will man erfolgreich im Bereich Kontaktlinse sein, muss man mit Spaß und Freude an die Sache heran gehen.“