



Entwickeln Sie Ihren Geschäftserfolg mit EASE

Diese Studie zeigt, wie ein einfacher Ansatz zur Unterstützung von Kunden bei der Auswahl einer Brillenfassung zu einem besseren Absatz von Brillen und Kontaktlinsen beitragen kann. (Anm.: Die Studie wurde in Großbritannien durchgeführt.)

Kann die Verwendung von Kontaktlinsen als Hilfsmittel für die Auswahl einer Brillenfassung deutlich höhere Ausgaben für die Brille sowie für Kontaktlinsen bewirken? Die Antwort lautet „ja“, wie eine vor kurzem in Contact Lens and Anterior Eye veröffentlichte Studie zeigt.¹ Die Ergebnisse der Enhancing the Approach to Selecting Eyewear (EASE) (Anm.: gemeint ist hier die Forcierung der Kundenansprache auf Kontaktlinsen während der Brillenauswahl) genannten Studie ergaben einen Anstieg der Ausgaben für den Brillenkauf um 32 % sowie eine zweieinhalb Mal höhere Nutzung von Kontaktlinsen nach deren Ausprobieren. Im Folgenden werden die Ergebnisse der Studie im Detail vorgestellt. Außerdem wird dargestellt, wie Sie die Erkenntnisse dieser neuen Untersuchung praktisch anwenden können.



■ Hintergrund zu EASE

Auch wenn jüngsten Untersuchungen zufolge die Zahl der Kontaktlinsenträger (Anm.: in Großbritannien) zunimmt, bleiben Brillen doch weiterhin marktbeherrschend.² Zahlreiche Veröffentlichungen stimmen darin überein, dass der Anteil der Kontaktlinsenträger an der erwachsenen Bevölkerung in Großbritannien mit 6,2 % deutlich unter dem in anderen Ländern wie den USA oder den skandinavischen Staaten liegt.³ (Anm.: Deutschland liegt etwa bei 4,3%). Da Großbritannien jedoch über die gleichen wirtschaftlichen Voraussetzungen und ähnliche Eyecare-Geschäftsmodelle verfügt, liegt der Schluss nahe, dass ein großes Potenzial für Kontaktlinsen besteht.

Im Hinblick auf die Frage, weshalb Kontaktlinsen in Großbritannien weniger verbreitet sind, wissen wir, dass die Kundenwahrnehmung von Kontaktlinsen eine entscheidende Rolle spielt. Ebenso wichtig ist aber auch die Empfehlung eines Augenoptikers. Studien haben jedoch ergeben, dass nur wenige Augenoptiker pro-aktiv das Thema Kontaktlinsen ansprechen. So hat sich in einer von Sarah Morgan durchgeführten früheren Untersuchung gezeigt, dass nur bei 27 % aller Augenüberprüfungen der Augenoptiker ein Gespräch über Kontaktlinsen beginnt.⁴ Eine vom ACLM durchgeführte Studie zeigte, dass nur 13 % der Augenoptiker das Thema Kontaktlinsen mit all ihren Kunden besprechen, während 64 % dies nur bei den Kunden tun, die sie für geeignet halten. 22 % sprechen das Thema sogar nur auf Nachfrage seitens der Kunden an.⁵ Der pro-aktive Ansatz funktioniert in vielen Fällen nicht. Könnte man also die Kunden auf eine andere Weise an Kontaktlinsen heranzuführen?

Die Autoren der Studie, Nick Atkins, Sarah Morgan und Philip Morgan haben nun untersucht, wie sich die Verwendung von Kontaktlinsen zur Unterstützung von Kunden bei der Auswahl einer Brillenfassung auswirkt. Kontaktlinsen wurden hierbei lediglich als Hilfe bei der Brillenauswahl angeboten und nicht als langfristige Sehhilfslösung. Es wurden das allgemeine Kundenerlebnis, der Wert der gekauften Brille sowie ein etwaiger Kauf von Kontaktlinsen ausgewertet und mit einer Kontrollgruppe verglichen. Ein zentraler Aspekt der Studie lag in dem ganz bewusst zurückhaltend vorgetragenen Vorschlag des Ausprobierens von Kontaktlinsen.

■ Erläuterungen zu EASE

Bei der EASE Studie handelte es sich um eine multizentrische, praxisbasierte, randomisierte und kontrollierte Studie, an der 91 Kunden und sechs Kontaktlinsen anpassende Augenoptiker teilnahmen. Um sicherzustellen, dass die Studie ein breites Spektrum an Praxisumgebungen abdeckte, wurden Kontaktlinsen anpassende Augenoptiker aus ganz Großbritannien zur Teilnahme ausgewählt.



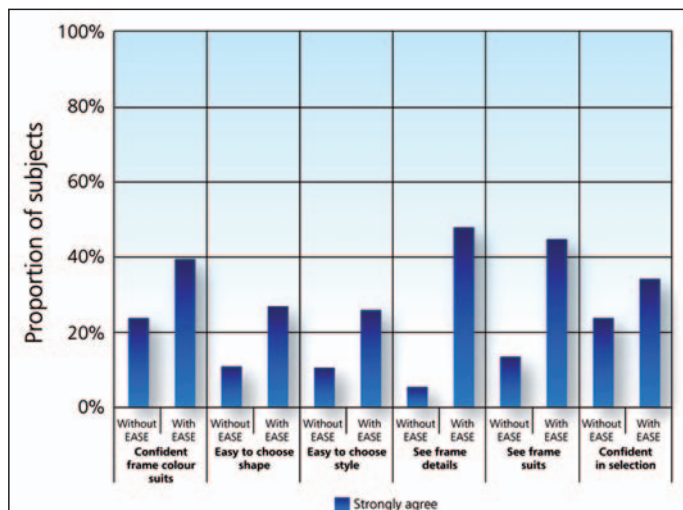
Diese wählten 52 Kunden für die Testgruppe und 39 Kunden für die Kontrollgruppe aus. Die Randomisierung wurde so gewählt, um eine ausreichende Anzahl an Teilnehmern für eine aussagekräftige Analyse der Versuchsgruppe gegeben war. Beide Gruppen wurden nach Geschlecht und Alter ausgeglichen gestaltet. Teilnahmekriterien waren:

- kein früheres Tragen von Kontaktlinsen
- keine Kontraindikationen für das Anpassen von Kontaktlinsen
- bisher Brillenträger
- Refraktion von sph $-1,50$ dpt bis $-10,00$ dpt bzw. sph $+1,50$ dpt. bis $+6,00$ dpt.

Alle Teilnehmer füllten vor der Anpassung der Brille einen Fragebogen aus, in dem ihre Kriterien für die Auswahl einer Brille abgefragt wurden. Nach der Beratung wurde ein weiterer Fragebogen ausgefüllt, der genauer auf den Vorgang der Auswahl von Brillenfassung und -gläsern einging. Bei den Teilnehmern der Testgruppe wurde eine biomikroskopische Untersuchung des vorderen Augenabschnittes mit Weißlicht durchgeführt, um offensichtliche Pathologien vor der Anwendung von Kontaktlinsen auszuschließen. Anschließend wurde den Kunden von den Augenoptikern ein Paar weiche Ein-Tages-Kontaktlinsen aus ihrem Lagerbestand aufgesetzt. Die Augenoptiker führten dann das übliche Verfahren zur Auswahl einer Brille mit den Teilnehmern durch. Nach erfolgter Auswahl der Fassung wurden die Kontaktlinsen wieder entfernt und eine Spaltlampenuntersuchung durchgeführt, um den unversehrten Zustand der Augenoberfläche zu bestätigen. Drei Monate nach der Anpassung berichteten die Augenoptiker, ob die Teilnehmer sich zum Kauf von Kontaktlinsen entschlossen hatten.

■ Ergebnisse der EASE-Studie

Von den 52 Kunden in der Testgruppe stimmten 46 Personen (also 88 %) zu, eine Kontaktlinse bei der Auswahl ihrer Fassung zu tragen. Als Hauptgrund für ihre Ablehnung nannten die sechs nicht zustimmenden Teilnehmer, dass sie nichts auf das Auge gesetzt bekommen wollten. Von den zustimmenden 46 Kunden konnten bei 98 % erfolgreich Kontaktlinsen angepasst werden.



Die Ergebnisse der Studie in Diagramm-Form

Die Testgruppe gab durchschnittlich 267 £ (Anm.: entspricht ca. 303 €) für Fassung und Gläser aus, gegenüber einem Durchschnitt von 202 £ (Anm.: entspricht ca. 230 €) in der Kontrollgruppe – also eine Steigerung von 32 %.

Die Ansichten der Kunden zum Vorgang der Brillenanpassung waren vor Anwendung der Kontaktlinsen in der Test- und Kontrollgruppe ähnlich. Nach der Anpassung hatte sich dies jedoch drastisch geändert. So berichtete die Testgruppe von einem viel besseren Erlebnis. Die optimal geformte Fassung konnte ausgewählt, genau angesehen und die am besten passende Fassung ausgesucht werden.

Die Anzahl der Studienteilnehmer, die sich später zum Kauf von Kontaktlinsen entschlossen, betrug 33 % in der Versuchsgruppe und nur 13 % in der Kontrollgruppe.

■ Umsetzung des EASE-Ansatzes

Die EASE-Ergebnisse zeigen ganz klar, dass eine dezente Vorgehensweise bei der Ansprache auf Kontaktlinsen eine gute Wirkung erzielt. Aus Sicht der Kunden ist das Erlebnis der Brillenanpassung verbessert. Gleichzeitig kann der Augenoptiker das Gespräch in unverbindlicher Weise auf Kontaktlinsen bringen. Letztlich handelt es sich hierbei um einen kundenorientierten Ansatz, der zu einem erhöhten Absatz führt.

- Die Umsetzung ist einfach und erfordert nur wenig Zusatzaufwand für den Augenspezialisten. Die Anwendung von Kontaktlinsen zur Auswahl der Fassung stellt keine Erprobung oder Anpassung von Kontaktlinsen dar und kann daher in stark vereinfachter Form ablaufen. Wie das Protokoll der Studie vorsah, genügt eine Spaltlampenuntersuchung, um etwaige Anomalien auf der Augenoberfläche festzustellen. Die Kontaktlinsenwerte können dem Rezept für die Brille entnommen werden. Nach dem Entfernen der Kontaktlinsen sollte eine erneute Spaltlampenuntersuchung mit Fluorescein durchgeführt werden.
- Es empfiehlt sich, immer eine Auswahl an Kontaktlinsen bereitzuhalten, damit das Anbieten dieser Dienstleistung zur Routine wird.
- Alle Mitarbeiter sollten darüber informiert sein, dass dieser neue Ansatz dazu dient, das Ausprobieren von Kontaktlinsen im Rahmen der Anpassung einer Brille einzuführen. Wenn die Mitarbeiter dagegen das Gespräch schon in einer früheren Phase der Untersuchung auf Kontaktlinsen bringen und der Kunde diese ablehnt, könnte dies die Wirkung von EASE erheblich mindern.

EASE stellt ein eindeutig verbessertes Verfahren für die Kunden dar. Aus den Studienergebnissen geht hervor, dass EASE das Erlebnis der Brillenanpassung deutlich verbessert und dass 33 % der Teilnehmer der Versuchsgruppe später Kontaktlinsen gekauft haben.

Immer bestens informiert!
www.doz-verlag.de



■ Das EASE-Erlebnis aus Sicht der Kunden

- 85 %** gaben an, dass die Kontaktlinsen bei der Auswahl der Fassung hilfreich waren
- 70 %** sagten, dass sie zukünftig einmal Kontaktlinsen ausprobieren würden.

Durch das Erlebnis wurden auch einige Vorurteile über Kontaktlinsen ausgeräumt:

- 80 %** der Kunden berichteten, dass die Kontaktlinsen angenehmer zu tragen waren, als sie erwartet hatten.
- 61 %** bemerkten gar nicht, dass die Kontaktlinsen bereits aufgesetzt waren.
- 91 %** lobten das angenehme Seherlebnis.

■ Kundenkommunikation mit EASE: Nicht nur was Sie sagen zählt, sondern auch wie Sie es sagen

Die Art und Weise, wie Sie mit den Kunden sprechen, und die Sprache, die Sie verwenden, sind entscheidend, um Vorbehalte gegen das Tragen von Kontaktlinsen abzubauen. Beispielsweise ist häufig vom **Einsetzen** einer Kontaktlinse **ins** Auge die Rede. Dies mag zwar für einen Augenspezialisten durchaus vernünftig klingen, doch erweckt dieser Satz bei vielen Kunden eine ganz andere Assoziation, nämlich die von Angst und Schmerz.

Wenn Sie vorschlagen, Kontaktlinsen für die Auswahl der Fassung zu verwenden, sollten Sie daher besser etwa die folgende Formulierung benutzen: „Wir könnten zum Ausschuchen der Fassung ein Paar Linsen **aufsetzen**, was meinen Sie?“ Sagen Sie den Kunden, dass Sie eine weiche Kontaktlinse für ihn aussuchen. Da Sie ja bereits seine Refraktionswerte vorliegen hätten, genüge eine kurze Überprüfung der Augen, um sicherzugehen, dass die Kontaktlinse geeignet ist.

Betonen Sie bei dieser Gelegenheit gegenüber dem Kunden, dass moderne Kontaktlinsen besten Tragekomfort und Sauerstoffdurchlässigkeit bieten. Achten Sie dabei darauf, dass es sich nicht nach einem Verkaufsangebot anhört, aber geben Sie dennoch genug Informationen, um den Kunden zu versichern, dass Kontaktlinsen eine geeignete Lösung für sie sind.

In dieser Phase kommt es darauf an, dem Kunden klar zu machen, dass die Kontaktlinse nur während der Brillenanpassung aufgesetzt bleibt und anschließend wieder entfernt wird. Nachdem die Kontaktlinse abgenommen wurde, fragen Sie den Kunden, wie er sich bei der Auswahl der Fassung gefühlt hat und ob er meint, dass die Kontaktlinsen dabei hilfreich waren.

Sagen Sie:	Sagen Sie nicht:
Wir können eine Linse auf das Auge setzen.	Wir können eine Linse ins Auge setzen.
Wir können eine Linse aufsetzen .	Wir können eine Linse einsetzen .
Wir können eine Linse verwenden.	Wir können eine Kontaktlinse verwenden.

■ Zentrale Botschaften von EASE

Diese innovative Studie weist eindeutig die Vorteile der Verwendung von Kontaktlinsen nach, die nicht nur zur Verbesserung des Kundenerlebnisses bei der Auswahl einer Brille beitragen, sondern auch Ihr Geschäft mit Brillen und Kontaktlinsen fördern. EASE ist einfach umzusetzen und eindeutig besser für Ihre Kunden und Ihr Geschäft.

- EASE ist ein einfacher, zurückhaltender Ansatz.
- EASE verbessert das Erlebnis des Brillenkaufs für die Kunden erheblich.
- Der EASE-Ansatz führt zu höheren Ausgaben für den Kauf der Brille sowie zu einer stärkeren Nutzung von Kontaktlinsen.

Quellenangaben:

1. Atkins NP et al.: „Enhancing the approach to selecting eyewear (EASE): A multi-centre, practice-based study into the effect of applying contact lenses prior to spectacle dispensing“, Contact Lens Anterior Eye (2009), doi:10.1016/j.clae.2009.02.004
2. Optometry Today: „Value of the market continues to grow“, 12. August 2008, www.otmagazine.co.uk/newsview.php?id=388 (16,2 KB)
3. CIBA VISION, 2009
4. Morgan SL, Efron N.: „The benefits of a proactive approach to contact lens fitting“, Journal of the British Contact Lens Association 1996
5. Hutchison G.: „Consumer and practitioner attitudes to contact lenses“, Optician, 2001;221:5795 17–20

Kontaktadresse:

CIBA VISION VertriebsGmbH
Bauhofstr. 16
63762 Großostheim
www.cibavision.de
www.cibavisionacademy.de



Eilige Inserate im DOZ-KLEINANZEIGER per Fon: +49(0)6221-905176