

# Erfolgstipps für die Kontaktlinse

Vom Praktiker für den Praktiker



# Inhaltsverzeichnis

- S. 4 Geleitwort
- S. 5 Der deutsche Kontaktlinsenmarkt
- S. 6 Jürgen Jainta:  
Wie spreche ich Kunden erfolgreich auf Kontaktlinsen an?
- S. 8 Stefan Hies:  
Welche Mitarbeiter sollen Kunden auf Kontaktlinsen ansprechen?
- S. 10 Hilmar Feldmann:  
Wie gehe ich mit Preisfragen bei Kontaktlinsen um?
- S. 12 Markus Leonhard:  
Welche Fragen stelle ich Neukunden bei der Bedarfsanalyse?
- S. 14 Ute Thümmeler:  
Wie binde ich meine Kunden aktiv in den Entscheidungsprozess ein?
- S. 16 Denise von Klitzing:  
Woran erkenne ich, dass der Kunde mit seinen Kontaktlinsen wirklich zufrieden ist? Teil 1
- S. 18 Denise von Klitzing:  
Woran erkenne ich, dass der Kunde mit seinen Kontaktlinsen wirklich zufrieden ist? Teil 2
- S. 20 Thomas Hartmann:  
Wie erhöhe ich die Loyalität meiner Kunden und mache sie so zu Fans?
- S. 22 Mario Gehrke:  
Frischer ist besser
- S. 24 Uta Lindner:  
Erfolgstipps für die Kontaktlinsenanpassung
- S. 26 Partner der Kontaktlinsenspezialisten



## Christian Döhr

Senior Manager Professional Affairs Johnson & Johnson Vision Care

# Geleitwort

Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser, diese Broschüre präsentiert Ihnen eine Zusammenstellung von zehn bewährten Praxisbeispielen aus dem Alltag von Kontaktlinsenspezialisten. Im wahrsten Sinne des Wortes: Erfolgstitips für die Kontaktlinse. Entstanden ist die Idee zu dieser Serie Ende 2009, bei einem Gespräch zwischen Johnson & Johnson Vision Care und der DOZ. Die Frage, die uns hierzu bewegte: Wie können wir Kontaktlinsenspezialisten dabei unterstützen, die im Vergleich mit anderen europäischen Ländern geringe Zahl von Kontaktlinsenträgern signifikant zu erhöhen und diese dauerhaft als loyale Kunden zu gewinnen?

Diese Broschüre unternimmt den Versuch, Antworten auf diese und andere Fragen zu finden. Bei den Tipps handelt es sich keinesfalls um graue Theorie. Im Gegenteil! Es erwarten Sie kurze, persönliche Erfahrungsberichte erfolgreicher Kontaktlinsenanpasser. Diese behandeln u. a. Themen wie Kundenkommunikation, Mitarbeiterbindung, Erkennen von Kundenbedürfnissen und -wünschen und Erfolgsfaktoren bei der Anpassung. Die Autoren haben sich mit Herausforderungen auseinandergesetzt, mit denen auch Sie täglich konfrontiert werden – und für sich aussichtsreiche Strategien entwickelt.

Wir möchten Ihnen mit dieser Broschüre Anregungen geben, neue Kunden zu gewinnen und bestehende an Ihr Geschäft zu binden. Jeder Tipp ist ein eigenständiger Artikel. Sie können daher die Broschüre in der Ihnen zusagenden Reihenfolge lesen. Geben Sie die Broschüre gerne auch an Kollegen und Mitarbeiter weiter.

Die produktneutrale, hochwertige Weiterbildung von Kontaktlinsenspezialisten ist ein Schwerpunkt unserer Arbeit. Diese Broschüre ist neben unserem Kontaktlinsen-Symposium und unseren zahlreichen Seminaren, u. a. am The Vision Care Institute™, ein weiterer Baustein unseres Weiterbildungsconzeptes, mit dem wir Sie beim Ausbau Ihres Kontaktlinsengeschäftes unterstützen möchten.

Viel Freude beim Lesen!  
Christian Döhr

# Der deutsche Kontaktlinsenmarkt

Nicht einmal 5 Prozent der erwachsenen Deutschen ab 16 Jahren tragen regelmäßig oder gelegentlich Kontaktlinsen.\* Ebenso viele haben in der Vergangenheit Kontaktlinsen getragen, dies aber wieder aufgegeben. In unseren europäischen Nachbarländern zeichnet sich ein anderes Bild ab: Dort tragen durchschnittlich 10 Prozent der Erwachsenen Kontaktlinsen, in einigen Ländern wie Schweden sogar 17 Prozent.\*

Gegenwärtig hören in Deutschland binnen eines Jahres genauso viele Fehlsichtige wieder mit dem Kontaktlinsentragen auf, wie Neuträger mit dem Kontaktlinsentragen anfangen. Diese Zahl verdeutlicht, wie negativ sich die Aussteigerproblematik auf die Entwicklung des Kontaktlinsenmarktes in Deutschland auswirkt. Die Hauptursachen für die Aussteiger sind u. a. Trockenheitsgefühl beim Tragen, mangelnder Tragekomfort und unzureichende Sehqualität. Das heißt: Die Aussteiger empfinden die Eigenschaften ihrer Kontaktlinsen als nicht zufriedenstellend und ihren Bedürfnissen entsprechend. Hier liegt eine Chance für das Wachstum im Kontaktlinsenmarkt.

## Kontaktlinse bietet riesiges Potenzial! Wie können Sie es nutzen?

Eine zunehmende Versorgung der Kontaktlinsenträger mit Premiumprodukten, die einen hervorragenden Kundennutzen bieten, könnte wesentlich dazu beitragen, die hohe Aussteigerrate in Deutschland zu senken und den deutschen Kontaktlinsenmarkt dauerhaft auszubauen. Nur die besten Produkte führen zu höchster Kundenzufriedenheit und -loyalität. Eine hohe Kundenzufriedenheit wiederum gewährleistet ein wachsendes Geschäftsfeld.

Ferner steigt die Kundenloyalität, wenn Kontaktlinsenspezialisten bedürfnisgerechte Sehlösungen für die verschiedensten Lebensbereiche anbieten. Über 70 Prozent der Brillenträger sind noch nie von ihrem Augenoptiker oder -arzt auf Kontaktlinsen angesprochen worden.\* Fehlsichtige, die Brille und Kontaktlinse tragen, erhöhen nicht nur den Umsatz mit der Kontaktlinse, sondern geben nachgewiesenermaßen auch mehr für die Brille aus. Dies zeigt deutlich, dass die Kontaktlinse deutschen Kontaktlinsenspezialisten ein großes Potenzial bietet, um bestehende Kunden zu binden und um neue Kunden zu gewinnen.

Kontaktlinsenspezialisten, die neben innovativen Produkten auch in Fort- und Weiterbildung investieren sowie einen hervorragenden Service bieten, können das Potenzial der Kontaktlinse für sich nutzen – und somit für ihr Geschäft eine weitere Wachstums säule generieren.

\*Data on file, Johnson & Johnson Vision Care



## Jürgen Jainta

Augenoptikermeister und Inhaber Optiker Schütz, Pforzheim

### Wie spreche ich Kunden erfolgreich auf Kontaktlinsen an?

Für mich ist die Kontaktlinse so selbstverständlich wie Brillenfassung und Gläser. Deshalb sprechen meine Mitarbeiter und ich jeden Kunden, der unser Geschäft betritt, auf Kontaktlinsen an. Denn heute kann ich nahezu jede Fehlsichtigkeit mit Kontaktlinsen korrigieren.

### Kundennutzen deutlich machen

Nach der Augenprüfung erläutere ich dem Kunden, welche Möglichkeiten zur Sehkorrektur bestehen. Da nicht eine Sehhilfe allein allen Anforderungen genügt, empfehle ich sowohl geeignete Brillen- als auch Kontaktlinsentypen. Dabei berücksichtige ich die Lebensumstände des Kunden, beispielsweise Beruf und Freizeitverhalten und dessen Ansprüche an eine Sehhilfe. Ich argumentiere immer mit dem jeweiligen Nutzen der Sehhilfe – nicht mit den Produkteigenschaften. So verweise ich bei Kontaktlinsen darauf, dass diese ideal für bestimmte Berufsgruppen oder Freizeitaktivitäten wie Sport sein können. Hierbei achte ich darauf, nie von den vermeintlichen Nachteilen eines Produktes, sondern nur von dessen Grenzen zu sprechen.

### Die Kontaktlinse als „Trojanisches Pferd“ beim Brillenverkauf

Um bei der Auswahl einer neuen Fassung besser sehen zu können, biete ich jedem Kunden an, hierbei Testlinsen zu tragen. Acht von zehn Kunden machen von diesem Angebot Gebrauch. Dieses Vorgehen hat für mich mehrere Vorteile. Zum einen ist die Kundenzufriedenheit höher, da der Einkauf zum „Seh-Erlebnis“ wird. Zum anderen steigt der monetäre Einkaufswert. Denn der Kunde ist aufgrund der neuen Erfahrung, ohne Brille gut sehen zu können, euphorisch und eher bereit, etwas mehr auszugeben. Und da er besser sieht, erfolgt die Brillenauswahl oftmals schneller.

Anschließend verdeutliche ich dem Kunden nochmals den Mehrwert von Kontaktlinsen gegenüber einer Brille, beispielsweise dass sie seitlich eine vollständige

freie Sicht bieten. Mit dem Testtragen, das von den meisten Kunden sehr positiv empfunden wird, will ich deren Wunsch nach Kontaktlinsen wecken. Gelingt mir das, vereinbare ich mit dem Kunden einen Anpassetermin, beispielsweise bei der Brillenabholung. Im Gegensatz zum Testtragen sind Anpassungen bei mir kostenpflichtig, wodurch ich dieser Dienstleistung einen Wert gebe, für die meine Kunden auch zu zahlen bereit sind.

### Eine ideale Ergänzung: Brille und Kontaktlinse

Meine langjährige Erfahrung zeigt, dass unsere Kunden sowohl Brille als auch Kontaktlinsen tragen, wenn ihnen der Nutzen plausibel ist und sie die Vorteile erleben. Für mich bedeutet dies: zufriedene und loyale Kunden, die nicht nur alle paar Jahre eine neue Brille benötigen, sondern regelmäßig Kontaktlinsen bei mir kaufen.

## MERKTIPPS I

- **Sprechen Sie jeden Kunden auf Kontaktlinsen an.**
- **Stellen Sie den Nutzen der Kontaktlinse in den Mittelpunkt, nicht die Produkteigenschaften.**
- **Bieten Sie Ihren Kunden bei der Fassungs Auswahl von Brillen an, Testlinsen zu tragen.**



## Stefan Hies

Augenoptikermeister und Inhaber HiesOptik, Taunusstein

# Welche Mitarbeiter sollen Kunden auf Kontaktlinsen ansprechen?

Die Antwort ist ganz einfach: alle, vom Auszubildenden bis zum Meister. Jeder meiner Mitarbeiter spricht jeden Kunden bzw. Besucher unseres Geschäftes im Alter von 8 bis 75 Jahren auf Kontaktlinsen an. Dabei spielt es keine Rolle, ob der jeweilige Mitarbeiter Kontaktlinsen anpasst, oder nicht. Denn umfassendes Fachwissen oder praktische Erfahrung in der Anpassung sind hierfür nicht notwendig. Fachberatung, Augenuntersuchung, Auswahl und Anpassung obliegen dann dem Kontaktlinsenspezialisten.

Ich befähige meine Angestellten, die Kunden kompetent auf Kontaktlinsen anzusprechen, indem ich mit ihnen die Kundenansprache trainiere. Hierzu habe ich ihnen für verschiedene Fälle die wichtigsten Fragen zusammengestellt: „Gibt es Lebenssituationen, in denen Sie eine Alternative zu Ihrer Brille wünschen?“, „Welche Erfahrungen haben Sie bisher mit Kontaktlinsen gemacht?“, „Wie lange ist es her, dass Sie Kontaktlinsen getragen haben?“ und „Darf ich Ihnen zur einfacheren Auswahl der Brillenfassung ein Paar Kontaktlinsen aufsetzen?“.



Im „schlimmsten“ Fall verneint der Kunde das Angebot zum Testtragen, weiß aber, wo er zukünftig hinsichtlich Kontaktlinsen kompetent beraten werden kann. Im besten Fall wird ein Beratungsgespräch oder ein Anpassetermin vereinbart. Dabei bereite ich meine Mitarbeiter auch auf die häufigsten Einwände und Rückfragen der Kunden vor: Ob sie denn generell zum Tragen von Kontaktlinsen geeignet seien und im Speziellen, ob dies auch im Fall von Trockenheitssymptomen oder einer Hornhautverkrümmung möglich sei. Auf diese Fragen versichern meine Angestellten den Kunden, dass heute fast jede Fehlsichtigkeit mit modernen Kontaktlinsen korrigiert werden kann, auch Trockenheitssymptome oder eine Hornhautverkrümmung seien keine Ausschlusskriterien mehr. Insbesondere gegenüber skeptischen Kunden, die in der Vergangenheit bereits Kontaktlinsen getragen und damit aufgehört haben, verweisen sie darauf, dass sich der Tragekomfort und die Verträglichkeit moderner Kontaktlinsen mit denen älterer Systeme nicht vergleichen ließe. Ferner wird regelmäßig die Frage nach dem Preis gestellt. Es hat sich bewährt, den Kunden eine monatliche Preisspanne zu nennen. Ein überschaubarer Betrag, den jeder Kunde beispielsweise in Verhältnis zu seinem Monatseinkommen oder seinem Zeitungsabonnement setzen kann. In den Gesprächen achten meine Mitarbeiter darauf, keine Fachausdrücke zu verwenden. Und sie legen sich gegenüber den Kunden nicht auf Kontaktlinsensysteme, Austauschrhythmen oder eine Marke fest, sondern verweisen auf das hierzu notwendige Beratungsgespräch mit dem Anpasser.

#### Mitarbeiter Kontaktlinsen erleben lassen

Meine Mitarbeiter sollen darüber hinaus selbst erleben, wie sich Kontaktlinsen anfühlen. Nur dann können sie diese auch glaubhaft empfehlen. Deshalb trägt jeder meiner Angestellten während der Arbeitszeit abwechselnd Brille oder Kontaktlinse. Damit leben sie den Kunden vor, dass beide Sehhilfen sich ergänzen und je nach Anlass, beispielsweise beim Sport oder im Büro, getragen werden können. Um auch bei meinen Mitarbeitern frühzeitig mögliche Vorurteile abzubauen, passe ich beispielsweise meinen Auszubildenden zu Beginn ihrer Lehrzeit Kontaktlinsen an – auch dann, wenn sie keine Sehkorrektur benötigen.

#### Kompetenz vermitteln durch Kundenansprache

Indem alle Mitarbeiter in die aktive Kundenansprache einbezogen werden, ergeben sich nicht nur bessere Geschäftschancen, weil sie den Kunden sowohl Brille als auch Kontaktlinse offerieren. Dies trägt zudem zur Kundenbindung bei. Würden wir unsere Kunden nicht auf die Kontaktlinse ansprechen, hätten sie das Gefühl, dafür nicht in Frage zu kommen. Werden sie dann von Bekannten, Arbeitskollegen oder einem Mitbewerber auf diese Option hingewiesen, könnten sie an unserer Fachkompetenz zweifeln. Dahingegen signalisiere ich meinen Kunden dank aktiver Kundenansprache und kompetenter Fachberatung in Verbindung mit der Anpassung moderner Markenkontaktlinsen: Ich bin dein Fachmann für gutes Sehen.

### MERKTIPPS II

- **Alle Ihre Mitarbeiter sollten die Kunden auf Kontaktlinsen ansprechen.**
- **Trainieren Sie Ihre Mitarbeiter auf die Kundenansprache und bereiten Sie diese auf die häufigsten Einwände und Rückfragen vor.**



**Hilmar Feldmann**

Augenoptikermeister bei Optik Bellendorf, Essen

## Wie gehe ich mit Preisfragen bei Kontaktlinsen um?

Der Preis wird häufig als Einstiegsfrage gewählt, weil dieser für Interessenten und Kunden die einzige Vergleichsgröße ist. Doch hinter der Preisfrage stehen oftmals ganz andere Motive.

### Bedürfnis nach Beratung und Service

Fragt ein Nicht-Kontaktlinsträger nach dem Preis, will er zunächst herausfinden, ob er sich das Kontaktlinstragen leisten kann. Ich nenne ihm eine monatliche Preisspanne von beispielsweise 15 bis 40 Euro, da ich zu diesem Zeitpunkt nicht weiß, welche Kontaktlinse er benötigt. Die Angabe von Boxenpreisen oder die Rückfrage nach gewünschten Tragemodalitäten vermeide ich, da sie den Kunden verwirren würde. Signalisiert er mir sein Interesse an Kontaktlinsen, weise ich ihn auf unsere Augenuntersuchung hin. Danach kann ich ihn umfassend beraten, seine Bedürfnisse ermitteln und Unterschiede zwischen Kontaktlinsentypen darstellen. Der Kundennutzen und nicht der Austauschmodus bestimmt meine Wahl der geeigneten Kontaktlinse.

Eine andere Situation ist der Nachkauf. Hinter der Frage „Was kosten Austauschlinsen bei Ihnen?“ verbirgt sich häufig der Wunsch nach mehr Informationen. Daher beantworte ich die Frage nicht einfach oder „schiebe“ die Box über den Verkaufstresen, sondern beginne ein Beratungsgespräch. Ein möglicher Gesprächseinstieg ist beispielsweise die Frage nach dem verwendeten Pflegemittel. Eine Vielzahl meiner Kunden versichert mir, dass ihnen die richtige Handhabung und die Unterschiede bei Pflegemitteln noch nie erklärt worden seien. Das Beratungsgespräch unterstreicht meine Kompetenz, wodurch ich meinen Gegenüber oftmals als Kunden gewinnen kann.

Und dann gibt es noch den Smartshopper, der auf der Suche nach dem günstigsten Preis ist. Doch warum fragt er bei mir nach und kauft nicht gleich im Internet? Weil er hinsichtlich der für ihn geeigneten Kontaktlinsen oder seiner Augengesundheit unsicher ist und Beratung wünscht. Für diesen Käufertyp geben Serviceleistungen häufig den Ausschlag, Kontaktlinsen zukünftig bei mir zu kaufen. Ihm biete ich ein „Rundum-Sorglos-Paket“, das u. a. die Lieferung der Kontaktlinsen an den Arbeitsplatz oder

nach Hause, regelmäßige Nachkontrollen und kostenlose Tests neuer, innovativer Produkte umfasst.

### Meine Dienstleistung ist nicht vergleichbar

Ich offeriere meinen Kunden hochwertige Premiumprodukte wie Acuvue und eine kompetente und vor allem individualisierte Dienstleistung. Dieses „Paket“ macht mich unvergleichbar. Die Kunden, die sich dieses Zusatznutzens bewusst sind, führen mit mir keine Preisdiskussionen mehr. Letztlich wollen sie kompetent und individuell beraten werden und ihre Augen bestmöglich versorgt wissen. Kurzum, ich freue mich darüber, wenn der Kunde nach dem Preis fragt! Denn damit signalisiert er mir sein Interesse an Kontaktlinsen und gibt mir die Chance, ihn von meiner Kompetenz zu überzeugen.

## MERKTIPPS III

- **Nennen Sie bei Preisfragen eine monatliche Preisspanne.**
- **Werten Sie bei Nicht-Kontaktlinsträgern Preisfragen grundsätzlich als Interesse am Kontaktlinstragen und nutzen Sie diese als Chance für eine individuelle Beratung.**
- **Bei Nachkäufern zeigt die Preisfrage häufig den Wunsch nach mehr Informationen, beispielsweise hinsichtlich Handhabung oder Augengesundheit.**



## Markus Leonhard

Dipl.-Ing. (FH) Augenoptik und Inhaber Optikfachgeschäft  
Leonhard - wunderbare Augenblicke, Schwäbisch Gmünd

# Welche Fragen stelle ich Neukunden bei der Bedarfsanalyse?

Ich frage jeden, der mein Geschäft betritt, wann er seine Kontaktlinsen zum letzten Mal hat kontrollieren lassen. Manche Kunden wundern sich über diese Frage und teilen mir mit, sie hätten keine Kontaktlinsen. Worauf ich sie nach den Gründen frage. Schließlich kann heute fast jeder Fehlsichtige Kontaktlinsen tragen. Die Kunden haben unterschiedlichste Motive, die sie vom Kontaktlinsentragen abhalten. Meist sind es die Angst vor dem Auf- und Absetzen, negative Schilderungen von Freunden oder eigene frühere Erfahrungen wie mangelnder Tragekomfort. Nur wenn ich ihre Hemmschwellen kenne, kann ich diese überwinden helfen.

Zugegeben, dieser Gesprächseinstieg ist unkonventionell, führt mich aber direkt zum Thema Kontaktlinse und trägt dazu bei, neue Kunden für das Kontaktlinsentragen zu interessieren.

### Durch Fragen Kundenbedürfnisse ermitteln

Wer ernsthaftes Interesse zeigt, dem offeriere ich einen kostenpflichtigen Anpasstermin. Sprechen nach Augenuntersuchung und Anamnese dann keine physiologischen und gesundheitlichen Aspekte – die ausschließlich der Fachmann beurteilen kann – gegen das Kontaktlinsentragen, beginne ich die Bedarfsanalyse. Durch offene Fragestellungen (W-Fragen) versuche ich herauszufinden, ob und welche Bedürfnisse der Kunde hat, beispielsweise wie wichtig ihm die Gesundheit oder ein bequemer und unkomplizierter Umgang beim Kontaktlinsentragen ist. Ferner interessiert mich, in welchen Situationen er Kontaktlinsen gerne tragen würde, welchen Beruf und welche Hobbys er ausübt. Der erste Fragekomplex dient mir dazu, zu erfahren, ob der Kunde beispielsweise ein Kandidat für Ein-Tages-Kontaktlinsen oder das verlängerte Tragen ist. Indem ich diese Fragen stelle, versuche ich einen nutzenorientierten Ansatz zu finden – und nicht die Tragemodalität in den Vordergrund zu stellen.

### Kundenbedürfnisse bestimmen die Wahl der Kontaktlinse

Kenne ich nun sowohl die physiologischen Gegebenheiten als auch die Bedürfnisse und Wünsche meines Gegenüber, wähle ich zwei infrage kommende Kontaktlinsen aus. Diese lasse ich den Kunden für mehrere Tage unter Alltagsbedingungen testen, damit er beispielsweise den Tragekomfort beurteilen kann. Das Kundenfeedback gibt

für mich dann den Ausschlag für die Wahl der am besten geeigneten Kontaktlinse. Mit diesem Vorgehen gewinne ich zufriedene Kunden, weil ich die objektiven Ergebnisse der Augenuntersuchung mit den subjektiven Bedürfnissen und Erfahrungen des Kunden in Einklang bringe.

### Eine ideale Ergänzung: Brille und Kontaktlinse

Meine langjährige Erfahrung zeigt, dass unsere Kunden sowohl Brille als auch Kontaktlinsen tragen, wenn ihnen der Nutzen plausibel ist und sie die Vorteile erleben. Für mich bedeutet dies: Zufriedene und loyale Kunden, die nicht nur alle paar Jahre eine neue Brille benötigen, sondern regelmäßig Kontaktlinsen bei mir kaufen.

## MERKTIPPS IV

- **Finden Sie heraus, welche Bedenken Ihre Kunden hinsichtlich des Kontaktlinsentragens haben.**
- **Nutzen Sie offene Fragestellungen, um die individuellen Bedürfnisse Ihrer Kunden zu erfahren.**
- **Berücksichtigen Sie bei Kontaktlinseneempfehlungen die Ergebnisse der Augenuntersuchung sowie die Bedürfnisse Ihrer Kunden.**



## Ute Thümmler

Optometristin und Dipl. Augenoptikerin (FH), Inhaberin  
Contactlinsen- und Brillenstudio Ute Thümmler, Berlin

# Wie binde ich meine Kunden aktiv in den Entscheidungsprozess ein?

Am Anfang jeder guten Beratung steht der Aufbau von Vertrauen zwischen Kunde und Kontaktlinsenspezialist. Dabei hilft, eine für den Kunden angenehme Atmosphäre zu schaffen, sich genügend Zeit für die Bedarfsanalyse zu nehmen und dem Kunden aktiv zuzuhören. Gut motivierte Kunden erhöhen den Anpasserfolg.

Die ausführliche Augenuntersuchung und die Kundenwünsche sind Basis für meine anschließende Empfehlung zweier verschiedener geeigneter Premiumkontaktlin- sen. Ich beziehe also objektive und subjektive Faktoren in meine Vorauswahl mit ein.

#### Der Kunde als Experte für den Komfort

Um herauszufinden, welche der beiden Kontaktlinsen der Kunde bevorzugt, bitte ich ihn, diese miteinander zu vergleichen, indem er zeitgleich beide Kontaktlinsen testet. Bei sphärischen Austauschkontaktlin- sen fordere ich den Kunden auf, sie eine Woche lang zu tragen und hinsichtlich des Komforts unter Alltagsbedingungen - u. a. bei Computertätigkeiten - zu testen und den Tagesendkomfort zu beurteilen. Hydro- gellinsenträger spreche ich direkt auf die Vorteile der neuen Silikon-Hydrogellinsen an. Bei einem Vergleich zwischen Ein- Tages-Kontaktlinsen beider Materialien bitte ich den Kunden, abends zusätzlich zu be- obachten, ob die Augen unterschiedlich stark gerötet sind, um ihm das Thema „ge- sünderes Kontaktlinsentragen“ zu verdeut- lichen. Diese Vorgehensweise wende ich sowohl bei Neuanpassungen wie auch bei Nachversorgungen an.

Nach dem Testen bitte ich den Kunden, seine Meinung zu den von mir empfohlenen Kontaktlinsen zu äußern. Anschließend ent- scheiden wir gemeinsam, welche Kontakt- linse für ihn am geeignetsten ist. Denn während ich als Kontaktlinsenspezialistin die gesundheitliche Verträglichkeit beurteil- en kann, kann nur der Kunde den subjektiven Tragekomfort bewerten. Mit seiner Wahl bestimmt er zudem, was ihm Augen- gesundheit und Komfort wert sind.

#### Einbindung des Kunden nützt beiden Partnern

Indem ich meine Kunden aktiv einbinde, fühlen sie sich mitverantwortlich für die Auswahl der Kontaktlinse. Sie nehmen Qualitätsunterschiede bewusster wahr und können einen eventuell höheren Preis für eine Premiumkontaktlinse gegenüber Drit- ten leichter rechtfertigen. Zudem zeige ich ihnen: Du stehst bei mir im Mittelpunkt! Ich vermeide Preis- und Modalitätsdiskussio- nen, habe eine sehr geringe Reklamations- quote und letztendlich sehr zufriedene Kunden.

### MERKTIPPS V

- **Binden Sie Ihre Kunden aktiv in die Auswahl der Kontaktlinsen ein.**
- **Lassen Sie Ihre Kunden eine Woche lang einen Vergleichstest zwischen zwei geeigneten Kontaktlinsen durchfüh- ren.**
- **Machen Sie sich bewusst: Sie sind Spezialist hinsicht- lich der Verträglichkeit von Kontaktlinsen - Ihre Kunden sind Spezialisten für den subjektiven Tragekomfort.**



## Denise von Klitzing

Augenoptikermeisterin und Inhaberin Kontaktlinsenstudio  
BlickKontakt, Rostock

# Woran erkenne ich, dass der Kunde mit seinen Kontaktlinsen wirklich zufrieden ist? Teil 1

Werden Kunden von ihren Anpassern bei der Nachkontrolle gefragt, ob mit ihren Kontaktlinsen alles in Ordnung sei, antworten rund 95 Prozent mit „Ja“. Dies steht in Missverhältnis zu der großen Zahl an Kontaktlinsenträgern, die im ersten Jahr aussteigen.



Es gibt offensichtlich sehr viele Erstträger, die mit dem Kontaktlinsentragen aufhören, ohne vorher ihre Unzufriedenheit gegenüber dem Anpasser zu äußern. Dies liegt u. a. daran, dass viele Fehlsichtige das Kontaktlinsentragen ganz selbstverständlich mit Kompromissen wie geröteten Augen und einem geringeren Tragekomfort am Tagesende verbinden. Es ist wie mit hochhakigen Pumps, von denen niemand erwartet, dass sie nach einem langen Tag immer noch bequem sind. Eine einzelne Komplikation mit Kontaktlinsen wird meist akzeptiert. Kommt jedoch ein weiteres Manko hinzu, wie beispielsweise Probleme mit der Handhabung oder Pflege, neigt der Fehlsichtige dazu, das Kontaktlinsentragen einzustellen.

#### Individuelle Kundensituation berücksichtigen

Der Anpasser kann Lösungen anbieten, wenn er die individuellen Probleme des Trägers erkennt. Daher frage ich meine Kunden: „Wie lange tragen Sie Ihre Kontaktlinsen täglich und wie lange empfinden Sie diese abends immer noch als komfortabel?“ Unterscheidet sich die tägliche Tragedauer wesentlich von der komfortablen Tragedauer, spreche ich von einer „Komfortlücke“. Diese häufige Ursache von Unzufriedenheit kann der Anpasser durch Aufwertung auf Kontaktlinsen mit höherem Tagesendkomfort beseitigen. Bei Trägern von Austauschsystemen gehe ich auch auf die richtige Pflege der Kontaktlinsen ein, denn diese gewährleistet hohen Tragekomfort und minimales Komplikationsrisiko. Ich berücksichtige ebenfalls die Alltagsbedingungen meiner Kunden, wie beispielsweise

Arbeit am Computer in klimatisierten Räumen sowie ihren beruflichen Hintergrund. So empfehle ich einem Friseur, der sehr häufig am Tag Haarspray benutzt, einen kurzen Austauschrhythmus.

Im Prinzip ist die Aufwertung auf ein besseres Produkt einfach! Es zahlt sich immer aus, den Kunden proaktiv auf neue bessere Kontaktlinsen anzusprechen, auch wenn er vermeintlich zufrieden scheint.

Der zweite Teil dieses Beitrags zeigt auf, welche Aspekte speziell bei Trägern torischer Kontaktlinsen zu berücksichtigen sind und wie die Nachkontrolle zur Aufwertung genutzt werden kann.

#### MERKTIPPS VI

- **Machen Sie Ihren Kunden bewusst, dass sie beim Kontaktlinsentragen keine Kompromisse einzugehen brauchen.**
- **Mangelnder Tragekomfort kann häufig durch die Aufwertung auf modernere Kontaktlinsen behoben werden.**



## Denise von Klitzing

Augenoptikermeisterin und Inhaberin Kontaktlinsenstudio  
BlickKontakt, Rostock

# Woran erkenne ich, dass der Kunde mit seinen Kontaktlinsen wirklich zufrieden ist? Teil 2

Im vorherigen Beitrag hatte ich gezeigt, wie wichtig der Komfort für die Träger sphärischer Kontaktlinsen ist. Astigmatisch Fehlsichtige hingegen haben bei der Kontaktlinsenwahl andere Prioritäten. Zu den wichtigsten Kriterien gehören eine klare Sicht und stabile Sehqualität bei schnellen Blickrichtungsänderungen sowie bei körperlichen Aktivitäten.

Von der Stabilität der Kontaktlinse bei der Anpassung kann man jedoch nicht auf ihre Stabilität unter Alltagsbedingungen schließen. Deshalb empfehle ich gerade bei torischen Kontaktlinsen ein Testtragen von einer Woche. Im Gegensatz zu sphärischen Kontaktlinsen sollten hierbei zwei gleiche Produkte unter binokularen Bedingungen getragen werden, da es primär um die Beurteilung der Sehqualität geht.

Ich korrigiere jeden Astigmatismus – auch wenn er auf einem Auge nur relativ gering ist – mit torischen Kontaktlinsen. Denn nur, wenn beide Augen eine gute Sehleistung aufweisen, ist eine hohe Sehqualität, beispielsweise beim Autofahren in der Dämmerung, gewährleistet.

#### Aufwertung bei Nachkontrolle

Die Nachkontrolle bietet mir eine gute Gelegenheit zu überprüfen, wie zufrieden meine Kunden mit ihren Kontaktlinsen sind. Ich bitte sie, ihre Kontaktlinse anhand der Schulnotenskala von 1 bis 6 zu bewerten. Benotet der Kunde beispielsweise mit der Note 3, frage ich ihn, was seine Kontaktlinse leisten müsste, um die Note 1 zu verdienen. Denn mit modernen Premiumprodukten kann ich diese Bedürfnisse erfüllen.

Speziell für die Nachkontrolle habe ich einem Fragebogen zusammengestellt:

- Wie beurteilen Sie die Sehqualität Ihrer bisherigen torischen Kontaktlinsen unter Alltagsbedingungen, beispielsweise beim Autofahren, beim Sport oder beim seitlichen Liegen?
- Von wann bis wann tragen Sie Ihre Kontaktlinsen?
- Wie lange empfinden Sie Ihre Kontaktlinsen dabei als komfortabel?
- Müssen Sie Ihre Kontaktlinsen manchmal wegen nachlassenden Komforts oder abnehmender Sehqualität früher vom Auge nehmen als gewünscht?

Die Antworten helfen mir dabei, meine Kunden bestmöglich aufzuwerten. Und diese danken es mir: Allein aufgrund von Empfehlungen habe ich täglich zwei bis drei Neukunden – ein eindeutiges Zeichen für wirklich zufriedene Kunden!

## MERKTIPPS VII

- **Nutzen Sie die Nachkontrolle, um die Aussteigerrate zu minimieren.**
- **Bitten Sie Ihre Kunden, ihre Kontaktlinsen anhand der Schulnotenskala zu bewerten.**



## Thomas Hartmann

Augenoptikermeister und einer der zwei Geschäftsführer  
Optikfachgeschäft Hartmann & Liedloff, Erfurt

# Wie erhöhe ich die Loyalität meiner Kunden und mache sie so zu Fans?

Kontaktlinsen könnten meine Kunde auch bei einem Mitbewerber oder im Internet beziehen. Unverwechselbar werde ich aber durch eine Kombination individueller und professioneller Dienstleistungen und hochwertiger Produkte. Das Ergebnis: loyale und zufriedene Kunden.

### Kunden durch Zusatznutzen begeistern

Kundenloyalität beginnt bei mir mit dem Aufbau einer persönlichen Beziehung zu dem Kunden. So spreche ich mit meinen Kunden während der Beratung auch über Hobbys und Alltägliches, wodurch das Verkaufen fast zur Nebensache wird. Und dabei erfahre ich etwas über die Bedürfnisse der Kunden und kann sie umso besser beraten. Diese familiäre Atmosphäre wissen meine Kunden sehr zu schätzen. Sie ist Bestandteil meiner persönlichen Dienstleistung. Darüber hinaus biete ich ihnen die Mitgliedschaft in unserem Contactlinsen Club an, eine Art „Rundum-sorglos-Paket“. Darin enthalten sind beispielsweise der kostengünstige Nachkauf von Kontaktlinsen, ein unkomplizierter Ersatz bei Verlust oder Beschädigung, regelmäßige Nachkontrollen und eine stets ausreichende Versorgung mit Pflegemitteln.

Ich lege zudem großen Wert darauf, meinen Kunden bei den Augenuntersuchungen die neuesten Techniken zu bieten. So ermöglicht ein hochwertiger Topograf, dass auch Angehörige oder Freunde die Augenvermessung direkt am Bildschirm mitverfolgen können. Während der Untersuchung erläutere ich detailliert den Zweck meines Vorgehens, sodass sich der Kunde ernst genommen und wohl fühlt.

### Problemlöser für das gute Sehen

Da meine Kunden bei mir weit mehr als nur Kontaktlinsen erhalten, nehmen sie mich als Problemlöser im Bereich Sehen wahr.

Ich verschaffe ihnen durch die Kombination aus individuellen Dienstleistungen, familiärer Atmosphäre und hochwertigen Premiumprodukten einen unverwechselbaren Zusatznutzen. Dadurch mache ich sie zu Fans, die zum Erfolg meines Geschäftes beitragen.

## MERKTIPPS VIII

- **Positionieren Sie sich bei Ihren Kunden als Problemlöser und Experte für gutes Sehen.**
- **Machen Sie Ihren Kunden bewusst, dass es eine spezielle Kombination aus Ihren individuellen Dienstleistungen gibt, die nur Sie ihnen bieten können.**
- **Ein „Rundum-sorglos-Paket“ kann die Kundenloyalität fördern.**



## Mario Gehrke

Augenoptikermeister und Mitinhaber Optikfachgeschäft  
Augenoptik Gehrke & Nagl, Vilshofen

# Frischer ist besser

Bei meiner täglichen Arbeit beobachte ich einen signifikanten Zusammenhang zwischen dem Austauschintervall beim Kontaktlinsentragen und dem Risiko von Komplikationen. Meine Regel lautet daher: Je kürzer der Austauschrhythmus, desto gesünder und komfortabler ist das Kontaktlinsentragen.

### Risiko: mangelnde Kontaktlinsenpflege

Einige Austauschkontaktlinsenträger haben ein erhöhtes Risiko für Augenunverträglichkeiten, die durch Protein- oder Lipidablagerungen oder mangelnde Hygiene ausgelöst werden können. So führen bei Frauen Schminkrückstände und Gesichtscremes häufig zu einem schmierigen Film auf den Kontaktlinsen. Bei jungen erwachsenen Kontaktlinsenträgern stelle ich fest, dass sie die regelmäßige Reinigung häufig vernachlässigen. In diesen Fällen weise ich darauf hin, wie wichtig die Hygiene beim Kontaktlinsentragen ist, und empfehle einen kürzeren Austauschrhythmus. Kommen Ein-Tages-Kontaktlinsen nicht infrage, biete ich anstelle eines vierwöchigen Austauschs einen zweiwöchigen an.

### Wesentlich weniger Ablagerungen

Ich kläre meine Kunden aktiv über den Zusammenhang zwischen kürzerem Austauschintervall und besserer Verträglichkeit auf. Mithilfe einer Videospaltlampe veranschauliche ich ihnen, dass die Kontaktlinsen nach vier Wochen zum Teil – trotz regelmäßiger Reinigung – mehr Ablagerungen aufweisen als beispielsweise nach 14 Tagen. Bei einem kürzeren Austausch lässt sich in der Folge der Tragekomfort über den gesamten Tragezeitraum ebenfalls häufiger aufrechterhalten. Die Untersuchungen von vormaligen Monatskontaktlinsenträgern, die ich aufgrund geröteter Augen auf einen kürzeren Austauschrhythmus umgestellt habe, belegen dies: Häufig stelle ich bei ihnen nach einem Jahr deutlich weniger Reizungen und Komplikationen fest.

### Entscheidung für höhere Verträglichkeit

Empfinden meine Kunden einen vergleichbar guten Tragekomfort bei zwei verschiedenen Austauschkontaktlinsen, versuche ich sie für die Kontaktlinse zu gewinnen, die eine höhere Verträglichkeit bietet.

Die Anpassung von Zweiwochen-Kontaktlinsen, wie beispielsweise Acuvue Oasys, lohnt sich für mich, weil ich aufgrund der hohen Verträglichkeit, der geringeren Komplikationsrate und des exzellenten Tragekomforts mehr zufriedene Kunden habe. Wodurch ich die Zahl der Aussteiger in meinem Geschäft deutlich reduziert habe.

## MERKTIPPS IX

- **Sensibilisieren Sie Ihre Kunden für den Verträglichkeitsaspekt bei der Kontaktlinsenauswahl.**
- **Je kürzer der Austauschrhythmus, desto gesünder und komfortabler ist das Kontaktlinsentragen.**
- **Machen Sie Ihren Kunden den Zusammenhang zwischen Augenunverträglichkeiten und Protein- bzw. Lipidablagerungen bewusst.**



## Uta Lindner

Augenoptikermeisterin und Inhaberin Augenoptikfachgeschäft  
colibri-optic, Leipzig

# Erfolgstipps für die Kontaktlinsenanpassung

In den letzten Jahren ist es mir gelungen, die Zufriedenheit meiner Kunden zu erhöhen und mein Kontaktlinsengeschäft erfolgreich auszubauen. Aus meinen Erfahrungen habe ich die wichtigsten Tipps für eine erfolgreiche Versorgung mit Kontaktlinsen zusammengestellt.

Die Kontaktlinse gehört so selbstverständlich in mein Verkaufssortiment wie die Brille. Weshalb meine Mitarbeiter und ich jeden Kunden auf die Möglichkeit einer Sehkorrektur durch Kontaktlinsen hinweisen. Denn viele Fehlsichtige glauben, dass sie aufgrund eines Astigmatismus' oder hoher Dioptrienwerte nicht für das Kontaktlinsentragen geeignet sind. Damit sich meine Mitarbeiter kompetent und sicher in der Kundenansprache fühlen, trainieren wir diese und bereiten sie auf die häufigsten Rückfragen vor. Bei der Kundenansprache versichern wir unseren Kunden, dass moderne Kontaktlinsen für vielfältige Lebenssituationen eine sinnvolle Ergänzung zur Brille sein können und nahezu jede Fehlsichtigkeit korrigieren können. Für eine individuelle Beratung oder eine Anpassung verweisen meine Mitarbeiter auf unsere Kontaktlinsenspezialisten.



### Preisfragen als Chance nutzen

Neukunden fragen anfangs häufig nach dem Preis. Hinter dieser Frage verbirgt sich vielfach der Wunsch nach mehr Informationen, kompetenter Beratung und persönlichen Dienstleistungen. Diese können wir als Kontaktlinsenspezialisten bieten. Ich nenne dabei nie die Boxenpreise, sondern gebe eine monatliche Preisspanne von beispielsweise 25 bis 40 Euro für das Kontaktlinsentragen an. Dies hilft dem Kunden zu entscheiden, ob er sich Kontaktlinsen leisten kann und auch will. In einem anschließenden Gespräch versuche ich herauszufinden, was der Kunde wirklich wünscht. Signalisiert er mir ein ernsthaftes Interesse an Kontaktlinsen, folgen ein Beratungsgespräch und die anschließende Augenuntersuchung.

### Kunden bei der Auswahl miteinbeziehen

Damit der Kunde wirklich zufrieden mit seiner Kontaktlinse ist, binde ich ihn in die Auswahl mit ein. Zunächst erkundige ich mich nach seinen individuellen Bedürfnissen, erfrage neben Beruf und Hobbys u. a. auch wie wichtig ihm Gesundheit und eine bequeme Handhabung ist und bei welchen Gelegenheiten er Kontaktlinsen tragen möchte. Dabei wird die Wahl des Austauschrhythmus nicht primär durch die Tragehäufigkeit beeinflusst, sondern hauptsächlich durch die Kundenbedürfnisse. Zusammen mit einer ausführlichen Augenuntersuchung bilden diese für mich die Basis für die Empfehlung zweier geeigneter Kon-

taktlinsen. Bei einem Vergleichstest trägt der Kunde zeitgleich über mehrere Tage Kontaktlinse A auf dem linken Auge und Kontaktlinse B auf dem rechten Auge, um den subjektiven Tragekomfort beider Produkte unter Alltagsbedingungen, beispielsweise vor dem Computer oder am Tagesende, beurteilen zu können. Danach entscheiden wir gemeinsam, welches die für ihn richtige Kontaktlinse ist. Während ich als Augenoptikerin die gesundheitliche Verträglichkeit einer Kontaktlinse beurteilen kann, ist der Kunde der Experte für den Tragekomfort.

### Nachkontrollen helfen, Ausstieg zu vermeiden

Viele Erstträger hören mit dem Kontaktlinsentragen auf, ohne vorher ihre Unzufriedenheit gegenüber dem Anpasser zu äußern. Da viele Fehlsichtige Kompromisse beim Kontaktlinsentragen als selbstverständlich ansehen, thematisieren sie diese nicht. Nachkontrolltermine bieten mir die Chance, die Kunden rechtzeitig auf mögliche Unzufriedenheiten anzusprechen. Daher stelle ich meinen Kunden gezielte Fragen. Beispielsweise, ob die Augen abends gerötet sind oder ob der Tragekomfort am Tagesende noch genauso hoch ist, wie morgens nach dem Aufsetzen. So erfahre ich, wie ich den Kunden z. B. mit einem Premiumprodukt zufriedener machen kann, um einem möglichen Ausstieg aus dem Kontaktlinsentragen vorzubeugen.

### Beratung, Dienstleistungen und Premiumprodukte für mehr Loyalität

Durch professionelle Beratung und die Einbindung meiner Kunden in den Auswahlprozess vermittele ich meine fachliche Kompetenz bezüglich der Kontaktlinse. Eine persönliche individualisierte Dienstleistung in Verbindung z. B. mit einem Erinnerungsservice, Zusendung der Kontaktlinsen, schnellem Ersatz bei Verlust sowie Premiumprodukte, die eine bestmögliche Versorgung gewährleisten, runden mein Angebot ab und machen mich unverwechselbar. Mit dieser Kombination positioniere ich mich als Fachfrau für gutes Sehen.

## MERKTIPPS X

- **Machen Sie Ihren Kunden bewusst, dass sich Kontaktlinse und Brille optimal ergänzen.**
- **Sprechen Sie Ihre Kunden proaktiv auf mögliche Unzufriedenheiten mit den Kontaktlinsen an, um einem möglichen Ausstieg vorzubeugen.**

# Partner der Kontaktlinsenspezialisten

Johnson & Johnson Vision Care unterstützt Sie auf vielfältige Weise: Innovative Produkte, ein qualifiziertes Weiterbildungsangebot und eine kundenorientierte Kommunikation sollen Ihnen helfen, das Marktpotenzial der Kontaktlinse auszuschöpfen und die Aussteigerate deutlich zu reduzieren.

## Innovative Markenkontaktlinsen

Mit ACUVUE® bieten wir Ihnen eine umfangreiche Auswahl an modernen Premiumkontaktlinsen, mit der Sie auch anspruchsvolle Kundenbedürfnisse hinsichtlich gesundheitlicher Verträglichkeit, Tragekomfort, Sehqualität und einfacher Handhabung erfüllen können. Johnson & Johnson Vision Care steht seit jeher für Innovationen. Im Laufe der letzten beiden Jahrzehnte haben wir kontinuierlich neue Technologien und innovative Produkte entwickelt. Einige Meilensteine sind die Einführungen der weltweit ersten Austauschkontaktlinse ACUVUE® (1988), Ein-Tages-Kontaktlinse 1-DAY ACUVUE® (1995) und Ein-Tages-Silikon-Hydrogellinse 1-DAY ACUVUE® TruEye™ (2009). Für unsere Produktinnovationen haben wir in den letzten Jahren vielfach den renommierten SILMO D'OR erhalten. Wir möchten Ihnen mit ACUVUE® Markenkontaktlinsen Premiumprodukte zur Verfügung stellen, die dazu beitragen, die Kundenzufriedenheit zu erhöhen.

## Qualifizierte Weiterbildung

Unsere fachliche Weiterbildung unterstützt Sie bei der professionellen Versorgung von Kontaktlinsenträgern. In unserem renommierten The Vision Care Institute™ bieten wir Ihnen seit 2006 hersteller- und produktneutrale Kontaktlinsenurse auf höchstem Niveau. Neben der fachlichen Schulung erfahren Sie dort mehr über eine erfolgreiche Kundenkommunikation und -beratung. Weitere Seminare und unser Kontaktlinsen-Symposium sind zusätzliche Elemente unseres Weiterbildungsangebotes.

## Kundenorientierte Kommunikation

Auch für den wichtigen Bereich der Kundenkommunikation stellt Johnson & Johnson Vision Care Ihnen praxiserprobte Materialien zur Verfügung. Hierzu werden wir ab 2011 ein neues Programm für Kontaktlinsenspezialisten und Endverbraucher einführen: das Eye Health Advisor™ Programm. Dieses liefert Ihnen umfassende Hintergrundinformationen zu Themen wie UV-Schutz, Allergie, Astigmatismus, Kinder und Kontaktlinsen oder den Vorteilen kürzerer Austauschintervalle. Das Programm soll Ihnen dabei helfen, Ihre Kunden bei vielfältigen Fragestellungen optimal zu beraten. Unsere attraktiven Marketingaktivitäten rund um ACUVUE® Markenkontaktlinsen unterstützen Sie darüber hinaus bei der Neukundengewinnung und Bindung bestehender Kunden.

Beim Ausbau Ihres Kontaktlinsengeschäftes wünschen wir Ihnen viel Erfolg.

Ihr

Henning Reichardt, General Manager Johnson & Johnson Vision Care Deutschland



Johnson & Johnson Vision Care

Johnson & Johnson Medical GmbH  
Oststraße 1, 22844 Norderstedt

Telefon: 0800 100 25 90

E-Mail: [service@acuvue.de](mailto:service@acuvue.de)