

Gesprächsführung: Kontaktlinseninteressenten

Clair Bulpin, Theresa Cox

Die richtigen Worte und Wege finden, um ein Gespräch über Kontaktlinsen zu beginnen – und dabei neue Kontaktlinsenträger gewinnen: Die Kommunikationsspezialistinnen Clair Bulpin und Theresa Cox geben Tipps, wie Augenoptiker und Optometristen ihren Kunden die Kontaktlinse nahe bringen können.

Kontaktlinsen bieten Millionen Menschen Sehqualität, Komfort und Selbstvertrauen in einem Ausmass, das mit einer Brille nie möglich wäre. Dennoch sprechen nur wenige Augenspezialisten (11 Prozent) alle ihre Kunden auf Kontaktlinsen an.¹ In den meisten Fällen (67 Prozent) bieten sie diese Option nur Kunden an, die sie für geeignet halten, und einer von fünf Augenspezialisten geht nur auf Nachfrage hierauf ein.¹

Da ist es nicht überraschend, dass zwei Drittel der Kontaktlinseninteressenten sich nicht gut über Kontaktlinsen informiert fühlen. Noch mehr (76 Prozent) wünschen sich umfassendere Informationen durch Kontaktlinsenspezialisten.² Auf Anfrage äussern fast neun von zehn Kunden (88 Prozent), dass sie daran interessiert sind, Kontaktlinsen auszuprobieren, und ein Drittel entscheidet sich dann auch zum Kauf.³

Es ist eindeutig, dass viele Kunden an Kontaktlinsen interessiert sind – und dennoch stehen sie in den meisten Geschäften nicht zum Anpassen Schlinge. Das Produktangebot bei Kontaktlinsen ist heute besser und vielfältiger als je zuvor. Daher gibt es nun eine echte Chance, aktiv zu werden und den Kunden alle verfügbaren Vorteile von Kontaktlinsen zu präsentieren.

Chancen und Vorteile für Kunden

Kann man davon ausgehen, dass Kunden nicht interessiert sind, wenn sie das Thema Kontaktlinse nicht selbst zur Sprache bringen? Es ist wahrscheinlicher, dass sie einfach davon ausgehen, dass Kontaktlinsen nicht für sie geeignet sind, wenn ihnen diese nicht angeboten werden. Die Herausforderung besteht darin, die interessierten Kunden und solche, denen Kontaktlinsen einen echten Nutzen bringen können, zu identifizieren und sie dann zu überzeugen, Kontaktlinsen auszuprobieren.

Die Erfahrung, auch ohne Brille klar sehen zu können, kann lebensverändernd sein. Viele können sich an die Kunden erinnern, die diesen Überraschungsmoment erlebt haben. Verdient nicht jeder diese Chance? Die Antwort auf diese Frage sollte sicherlich «Ja» lauten. Daher muss sichergestellt werden, dass Augenoptiker sich nicht von den

eigenen vorgefassten Vorstellungen beeinflussen lassen und für ihre Kunden entscheiden, ob diese an Kontaktlinsen interessiert sein sollten.

Notieren Sie sich drei Kundentypen, denen Sie normalerweise keine Kontaktlinsen empfehlen würden. Überprüfen Sie nach dem Lesen dieses Artikels, ob sich Ihre Einstellung geändert hat.

Verstehen Sie Ihre Kunden als Kontaktlinsen- und Brillenträger, nicht als das eine oder das andere. Nur 13 Prozent der Menschen mit Sehkorrektur sind «duale» Nutzer beider Sehhilfen und nur ein verschwindend geringer Anteil von sechs Prozent sind «dreifache» Nutzer, die zudem Sonnenbrillen mit Korrektionsgläsern besitzen.⁴ Eine Kombination der unterschiedlichen Sehkorrekturen bietet nicht nur den Kunden Lösungen für alle ihre Bedürfnisse, sondern bedeutet auch für die Optiker und deren Erfolg ein enormes Potenzial.

Was Sie wissen müssen

Unsere besten Empfehlungen stammen aus der persönlichen Beratung. Finden Sie einen spezifischen und relevanten Nutzen, den Kontaktlinsen dem Kunden bieten können. Fragen Sie zunächst nach Lebensweise, Hobbys und Beruf. Denken Sie an die Grenzen der Sehkorrektur für einen alterssichtigen Elektriker, der auch bei Überkopfarbeit Details in der Nähe erkennen muss, oder die Vorteile, die Kontaktlinsen Golfspielern im Hinblick auf das Wetter bieten.



Achten Sie auf Hinweise, um Lebensweise und Hobbys sowie wichtige Veränderungen im Leben Ihrer Kunden zu erkennen.

Gehen Sie dann auf wichtige Momente im Leben der Kunden ein, wie einen Schulwechsel, den Beginn des Studiums, einen neuen Job oder eine Hochzeit, bei denen Kontaktlinsen von Vorteil sein können. Achten Sie auf Hinweise im Erscheinungsbild der Kunden. Ihr Verhalten und ihre Kleidung kann Ihnen viel über ihre Lebensweise mitteilen. Achten

Sie auf Beschwerden wie «rutschende Brille», «Druckstellen an der Nase» und «ständig ist das «Gestell» im Sichtfeld» sowie häufige Kommentare wie: «Es nervt, immerzu die Brille aufsetzen zu müssen.» Oder: «Andauernd verlege ich meine Brille.» Kunden, die für die Wahl einer Brille eine Ewigkeit brauchen, weil «nichts passt» oder die «einfach nicht gern eine Brille tragen», schreien förmlich nach einer Alternative.

Denken Sie daran, dass Kontaktlinsen meist nur für begrenzte Zeit getragen werden: 40 Prozent tragen weniger als fünf Tage pro Woche Kontaktlinsen und 74 Prozent tragen sie nicht über den ganzen Tag.^{4,5} Sie können fragen: «Wann genau stört Sie Ihre Brille?» oder «Gibt es Gelegenheiten, bei denen Ihre Brille ihren Zweck nicht optimal erfüllt?», um echte Situationen zu erfassen, für die Sie Abhilfe bieten können. Klassische Beispiele sind ein erstes Treffen, bei dem man vielleicht nicht unbedingt die Brille tragen möchte, oder ein romantisches Abendessen in einem stimmungsvoll beleuchteten Restaurant, bei dem man nicht in der Handtasche nach der Lesebrille suchen möchte.

Nachdem Sie eine persönliche Beziehung aufgebaut haben, lassen sich die Lebensweise und die Zufriedenheit mit der Brille leichter und offener diskutieren. Die folgenden Fragen haben Sie sicher schon oft gestellt: «Haben Sie schon einmal über Kontaktlinsen nachgedacht?» Oder: «Möchten Sie Kontaktlinsen ausprobieren?» Die reflexartige Antwort lautet normalerweise «Nein». Ein Gespräch im richtigen Kontext, das dem einzelnen Gesprächspartner einen echten Nutzen bietet, hat häufig mehr Erfolg.

Zum Beispiel: «Ich weiss, dass Sie gerne Rad fahren, und kann mir vorstellen, dass die Brille bei Regen sehr unpraktisch ist. Kontaktlinsen wären da eine echte Alternative und bieten Ihnen zusätzlich die Möglichkeit, eine hochleistungsfähige, leichte Sonnenbrille zu tragen.»

Was Sie sagen und tun sollten

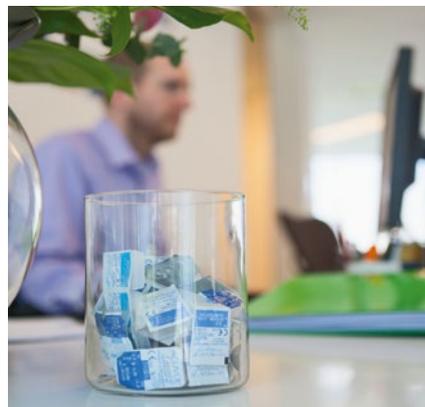
Um Interessenten zu einem Probetragen zu bewegen, ist es wichtig, auf alle etwaigen Hinderungsgründe einzugehen. Die Hindernisse können durch das Geschäft, die Fachkräfte, das unterstützende Personal oder den Kunden selbst oder aus einer Kombination dieser Faktoren entstehen. Ist überhaupt bekannt, dass Sie Kontaktlinsen anbieten? Viele Geschäfte werden von den Kunden noch immer als «Brillengeschäft» gesehen und Brillen sind in der Auslage vorherrschend. Kontaktlinsen, wenn sie überhaupt präsentiert werden,

ist nur sehr viel weniger Raum vorbehalten. Stellen Sie sicher, dass Sie anhand entsprechender Materialien im gesamten Geschäft auf Kontaktlinsen hinweisen: von der Schaufensterauslage über Poster und Broschüren bis zu Informationen auf Ihrer Website. Ziehen Sie in Erwägung, den Anpassbereich für Kontaktlinsen besonders hervorzuheben.

Bieten Sie den Kunden Kontaktlinsen zum «Anfassen» an

Die Sorge, die Augen berühren zu müssen, ist bei Interessenten das grösste Hindernis für Kontaktlinsen. Die einfache Handhabung ist der Faktor, der die meisten Kunden von Kontaktlinsen überzeugen könnte.⁶ «Ich kann mir nicht vorstellen, etwas in mein Auge zu tun.» «Das muss doch wehtun.» «Was, wenn ich die Kontaktlinse verliere?» Und: «Das ist mir zu umständlich.» – All dies sind Einwände, die wir häufig hören. Ein geschickter Weg zur Überwindung dieser Barrieren ist die Einleitung mit dem Kommentar: «Fühlen Sie mal, wie weich die Kontaktlinse ist.» Dann können Sie dem Kunden eine Kontaktlinse zum Anfassen geben.

Beziehen Sie das gesamte Team mit ein, indem Sie einen kleinen Aufsteller mit Probe-Kontaktlinsen an der Rezeption platzieren, oder indem die Mitarbeiter Probe-Kontaktlinsen in der Tasche haben, um diese Kunden beim Gespräch zeigen zu können. Die EASE-Studie (Enhancing the Approach to Selecting Eyewear)³ hat gezeigt, dass es vorteilhaft ist, Kunden Kontaktlinsen anzubieten, um ihre Brillenfassung auszuwählen. So könnten Sie fragen: «Möchten Sie Ihre Brillenfassung während der Auswahl klarer sehen können?» Kunden, denen Kontaktlinsen angeboten wurden, kauften 2,5 Mal so häufig Kontaktlinsen und gaben auch mehr für ihre Brille aus.



In den meisten Geschäften dominieren Brillenfassungen. Platzieren Sie an der Rezeption einen Aufsteller mit Probe-Kontaktlinsen und geben Sie Kunden die Gelegenheit, eine Kontaktlinse anzufassen, um Bedenken auszuräumen.



Bieten Sie Kunden Kontaktlinsen für die Auswahl einer Brillenfassung an.

Auf die Kostenfrage eingehen

Die Frage «Und was kostet das?» wird häufig schon sehr rasch nach Eröffnung des Gesprächs über Kontaktlinsen gestellt. Wir dürfen nicht vergessen, dass es natürlich ist, sich im Gespräch intelligent fühlen zu wollen. Der durchschnittliche Kunde weiss vielleicht nichts über Kontaktlinsen und für ihn ist eine Kontaktlinse wie die andere. Nach Kosten kann jedoch jeder verständlich fragen, selbst wenn einem alle anderen Umstände fremd sind.

In der Tat sind Gesundheit und Nutzen zwei Faktoren, die für Kontaktlinseninteressenten wichtiger sind als die Kosten.⁷ Nur sehr wenige Kontaktlinsenträger (zwei Prozent) bestimmen den Wert nur über den Preis.⁸ Heben Sie hervor, dass Sie «das ganze Auge» versorgen und dass Sie «einen ganzheitlichen Service für das Auge» anbieten. Sprechen Sie spezifische gesundheitliche Vorteile wie jeden Tag eine frische, neue Kontaktlinse, den zusätzlichen UV-Schutz und reibungslose Bewegung des Augenlids auf der Kontaktlinse an, um damit zusätzliche Nutzen in Verbindung zu bringen.

Es ist unsere Aufgabe, über die Unterschiede zu informieren, damit sich Kunden kompetent fühlen können. So könnten Sie sagen: «Ich stelle Ihnen die für Sie geeigneten Optionen vor und dabei können wir über die jeweiligen Nutzen sprechen.» Um geschickt auf die erste Preisfrage einzugehen, können Sie, um einen Kontext zu schaffen, die Kosten beim täglichen Tragen von Kontaktlinsen mit Artikeln vergleichen, die man kauft, ohne viel nachzudenken, wie einer Tasse Kaffee oder einer Flasche Wasser.

Das Personal als erster Kontaktpunkt

Oftmals sind Mitarbeiter, die nicht mit der Anpassung von Kontaktlinsen vertraut sind, der erste Kontaktpunkt für Kunden und sollten daher gut über Kontaktlinsen informiert sein. Einfache Änderungen in der Kommunikation können leicht umgesetzt werden, so beispielsweise folgende Frage beim Vereinbaren von

Terminen: «Möchten Sie eine Augenuntersuchung, eine Kontaktlinsenberatung oder beides?» oder beim Verkauf einer Brille: «Tragen Sie neben Ihrer Brille auch Kontaktlinsen?»

Schulen Sie Ihr Personal zu Vorteilen von Kontaktlinsen in verschiedenen Situationen, den verschiedenen Modalitäten und der Eignung für Kontaktlinsen. Wenn Ihr Personal grundlegende Fragen sicher beantworten kann, wird hierdurch Ihre Kompetenz gestärkt. Zudem werden Aussagen vermieden wie: «Ich muss nachschauen, ob wir Kontaktlinsen in dieser/Ihrer Stärke anbieten.» Dies schafft automatisch den Eindruck, dass die Anpassung von Kontaktlinsen kompliziert ist. Sagen Sie stattdessen: «Wir haben zahlreiche Optionen verfügbar und unser Kontaktlinsenspezialist wird mit Ihnen zusammen sicher die optimale Lösung finden.»

Komfort-Bedenken überwinden

Viele Kontaktlinseninteressenten haben Bedenken bezüglich des Tragekomforts.⁶ Gehen Sie im Beratungsraum darauf ein, indem Sie sagen: «Ich werde Ihre Wimpern leicht berühren, um die Kontaktlinse aufzusetzen, und diese fühlt sich anfangs vielleicht etwas feucht oder kalt an.» Sie können auch sagen: «Wenn ich die Kontaktlinse aufsetze, spüren Sie diese vielleicht am Anfang etwas, bis das Augenlid sich daran gewöhnt hat, über die Kontaktlinse zu gleiten.»

Wenn das Interesse des Kunden geweckt ist, ist der nächste Schritt das Ausprobieren selbst. Dies ist häufig das erste Mal, dass der Kunde eine Kontaktlinse auf dem

Auge spürt. Die Worte, die wir hier verwenden, haben auf beiden Seiten grossen Einfluss auf die Erfahrung. Begriffe wie «Einsetzen oder einbringen» klingen invasiv. «Das Augenlid festhalten» klingt nach einem Kampf. «Fremdkörpergefühl» ist der sicherste Weg, um den Kunden nervös zu machen.

Denken Sie stattdessen über angenehmere Ausdrücke nach, wie die Kontaktlinse «aufsetzen» oder «auflegen». Stellen Sie sicher, dass Ihre Formulierungen positiv sind und den Kunden emotional ansprechen, indem Worte wie Freiheit, Selbstvertrauen, Bequemlichkeit, praktische Anwendung und gutes Aussehen verwendet werden.

Nachfragen, wenn bereits Kontaktlinsen verwendet wurden

Wenn der Kunde früher bereits Kontaktlinsen getragen, aber damit aufgehört hat, sollten Sie genauer nachfragen. Hat er nach längerer Erfahrung mit dem Kontaktlinsentragen aufgehört oder war es ein fehlgeschlagenes Probetragen? Warum verwendet er keine Kontaktlinsen mehr?

Selbstbewusste Kommunikation mit diesen Kunden über die Fortschritte bei Materialien und Design, über neue Modalitäten und über Verbesserungen des Komforts und der Handhabung können die Tür für ein erneutes Kontaktlinsentragen öffnen.

Erklären Sie, dass die Sehleistung bei modernen Kontaktlinsen ähnlich wie bei der Brille ist, aber zusätzlich die Vorteile einer «Rundumsicht» und bei alterssich-

tigen Kunden die Unabhängigkeit von der Blickrichtung geboten wird. Dies ist Ihre Chance, Interesse zu wecken und falsche Vorstellungen über Kontaktlinsen auszuräumen, die häufig einfach auf mangelnde Kenntnisse oder Fehlinformationen zurückzuführen sind.

Analogien können hilfreich sein, um die Fortschritte in der Kontaktlinsentechnologie zu demonstrieren, da die Kontaktlinsen nun komfortabler und atmungsaktiver sind, eine bessere Sehleistung erbringen und vor schädlichen UV-Strahlen schützen, sowie um die Unterschiede zwischen den Kontaktlinsentypen zu erklären. Smartphones gehören zu den Analogien, die besonders geeignet sind, um zu erläutern, wie sich die Technologie weiterentwickelt hat und welche Vorteile die modernsten Kontaktlinsen bieten: «Wenn Sie ein iPhone kaufen würden, welches würden Sie dann nehmen?»

Zusammenfassung

Kontaktlinsen haben im vergangenen Jahrzehnt grosse technologische Verbesserungen durchlaufen, die von Personen, die keine Kontaktlinsen tragen, praktisch nicht wahrgenommen werden. Wir können nicht davon ausgehen, dass die Kunden sich in diesem Fachbereich auskennen. Die Entscheidung, Kontaktlinsen öfter zu empfehlen, Kontaktlinseninteressenten zu identifizieren und diese in die Welt der Kontaktlinse einzuführen, müssen wir, als Kontaktlinsenspezialisten, für uns treffen. Es handelt sich um eine Leistung, die wir unseren Kunden anbieten sollten.

Wir müssen die richtigen Worte und Wege finden, um unsere Botschaft anzubringen. Denken Sie noch einmal über die Kunden nach, die Sie aktuell nicht auf Kontaktlinsen ansprechen würden. Wenn Sie diesen drei Kundentypen das nächste Mal begegnen, können Sie unsere Tipps zum Gespräch über Kontaktlinsen ausprobieren und sehen, wie vielen Sie helfen können, Kontaktlinsenträger zu werden.

Über die Autorinnen

Clair Bulpin ist unabhängige Optikerin in Gloucestershire, Grossbritannien. Sie ist Prüferin und Beisitzerin für das College of Optometrists. Theresa Cox ist Optometristin und Ausbilderin bei Boots Opticians in Northwich, Cheshire, Grossbritannien. Beide sind Lehrkräfte am britischen Sitz des The Vision Care Institute von Johnson & Johnson Medical Ltd.

Dieser Artikel wurde von Johnson & Johnson Vision Care zur Verfügung gestellt. Abbildungen mit freundlicher Genehmigung des The Vision Care Institute.



Versuchen Sie, Kontaktlinsen im gesamten Geschäft bzw. in der gesamten Praxis stärker hervorzuheben, damit das Bewusstsein hierfür erhöht wird.

- Kontaktlinsen wären für Sie hervorragend geeignet.
- Kontaktlinsen sind für fast jeden geeignet: Wir müssen nur das richtige Produkt für Ihre Bedürfnisse finden.
- Gibt es Gelegenheiten, bei denen Ihre Brille ihren Zweck nicht optimal erfüllt?
- Was wissen Sie über Kontaktlinsen?
- Kontaktlinsen haben sich genau wie andere Technologien weiterentwickelt und es gibt jetzt bessere und gesündere Optionen.
- Darf ich Ihnen eine Möglichkeit anbieten, Ihre Brillenfassung bei der Auswahl besser sehen zu können?



Tabelle 1
Top-Tipps zum Gespräch über Kontaktlinsen

© 2015 Johnson & Johnson Vision Care

Literatur

1. Ewbank, A.: Who fits contact lenses? Part two. *Optician* 2009; 237: 6204, 16–21.
2. JJVC Archivdaten. Kundensegmentierungsstudie 2012, Kontaktlinseninteressierte.
3. Atkins, N. P., Morgan, S. L., Morgan, P. B.: Enhancing the Approach to Selecting Eyewear (EASE): A multicentre, practice-based study into the effect of applying contact lenses prior to dispensing. *Contact Lens Ant Eye* 2009; 32: 3, 103–107.
4. JJVC Archivdaten. AMR Incidence Study 2011, UK.
5. JJVC Archivdaten. AMR Incidence Survey 2011, 8 Märkte in Europa, Russland und Saudi-Arabien.
6. Ruston, D., Sencer, S., Holmes, N. et al.: Contemporary insights to increase contact lens penetration. Poster auf der British Contact Lens Association Clinical Conference, 2012.
7. Aslam, A.: Contact lenses and spectacles: a winning combination. *Optician* 2013; 246: 6425, 26–28.
8. Aslam, A., Sulley, A., Packe, R.: Understanding the motivation of contact lens and spectacle wearers when purchasing vision correction. Posterpräsentation auf der British Contact Lens Association Clinical Conference, 2014.

Kunden sagen ...

Sie sagen ...

Mir ist die Vorstellung unangenehm, etwas in das Auge einsetzen zu müssen.

Fühlen Sie mal, wie weich die Kontaktlinse ist.

Kontaktlinsen sind unbequem.

Stellen Sie sich einen kleinen Regentropfen in Ihrem Auge vor – so fühlt sich eine Kontaktlinse beim ersten Aufsetzen an.

Es ist schwer, sich an Kontaktlinsen zu gewöhnen.

Sie werden bald vergessen, dass die Kontaktlinse überhaupt da ist.

Kontaktlinsen machen zu viel Mühe.

Ein-Tages-Kontaktlinsen haben das Tragen von Kontaktlinsen viel einfacher gemacht, da sie nur einen Tag getragen und dann weggeworfen werden.

Ich trage lieber Brille. Ich habe mich an meine Brille gewöhnt.

Sie können zu manchen Gelegenheiten Brille tragen und die Kontaktlinsen verwenden, wenn diese praktischer sind.

Kontaktlinsen sind für mich nicht geeignet.

Heutzutage sind Kontaktlinsen für fast jeden geeignet.

Für meine Fehlsichtigkeit gibt es sicher keine Kontaktlinsen.

Mit Kontaktlinsen können heute nahezu alle Fehlsichtigkeiten korrigiert werden.

Ich habe eine Hornhautverkrümmung.

Wir haben Kontaktlinsen, die Ihre Hornhautverkrümmung problemlos korrigieren und Ihnen eine genauso gute Sehleistung wie mit Brille bieten können.

Ich brauche eine Gleitsichtbrille. Ich trage nur zum Lesen eine Brille.

Es gibt eine ganze Palette von Kontaktlinsenoptionen, mit denen Sie sowohl in der Nähe als auch der Ferne scharf sehen können.

Ich kann mir Kontaktlinsen nicht leisten. Ich kann mir Kontaktlinsen und eine Brille nicht leisten.

Wir haben eine grosse Bandbreite von Einspar- und Zahlungsmöglichkeiten, die ich Ihnen gern näher erläutern kann. Die meisten Kontaktlinsen kosten weniger pro Tag als ein Cappuccino.

Ich bin zu alt, um Kontaktlinsen zu tragen.

Wir haben Kunden jeden Alters, die Kontaktlinsen tragen.

Mein Kind ist zu jung, um Kontaktlinsen zu tragen. Kann mein Kind Kontaktlinsen tragen, wenn es älter ist?

Kinder und Jugendliche können Kontaktlinsen problemlos tragen und sie können in diesem Alter sogar von Vorteil sein.

Ich habe Kontaktlinsen ausprobiert und bin damit nicht zurechtgekommen.

In den letzten Jahren wurden Kontaktlinsen stark verbessert und bieten jetzt mehr Tragekomfort, bessere Sehleistung und sind gesünder für die Augen. Unsere Kunden machen gute Erfahrungen damit.



Tabelle 2
Falsche Vorstellungen über Kontaktlinsen ausräumen

© 2015 Johnson & Johnson Vision Care

flash

flash

nachrichten und ereignisse
nouveauautés et événements

Der Natur nachgebaut ...

Die Conil AG freut sich, ab sofort die neue Monatskontaktlinse Bios Comfort anbieten zu können. Die neue Monatskontaktlinse Bios Comfort wird ebenfalls aus einem biokompatiblen Material gefertigt, ist aber gegenüber der Bios Extenso stabiler. Die Zusammensetzung des Materials ist dem Tränenfilm des Auges ähnlich. Es bindet die Tränenflüssigkeit an der Oberfläche der Kontaktlinse und ermöglicht dem Träger einen frischen Tragekomfort – während des ganzen Tages. Die Kontaktlinsen haben eine asphärische Rückfläche und sind in der sphärischen Variante in zwei Basiskurven (8.60 und 8.90 mm) erhältlich. Astigmatische Fehlsichtigkeiten können mit Bios Comfort Toric sogar bis -12.00 dpt (Sphäre) korrigiert werden.



À l'image de la nature ...

La société Conil SA a le plaisir de proposer dès aujourd'hui les nouvelles lentilles de contact mensuelles Bios Comfort. Elles sont amenées à remplacer les Bios Extenso. Les lentilles mensuelles Bios Comfort sont elles aussi fabriquées dans un matériau biocompatible mais celui-ci est plus stable que dans les Bios Extenso. Sa composition est proche de celle du film lacrymal de l'œil. Il retient le liquide lacrymal à la surface de la lentille de contact et permet au porteur un confort de port frais – toute la journée. Ces lentilles possèdent une face arrière asphérique et sont disponibles en deux rayons de courbure dans la version sphérique (8.60 mm et 8.90 mm). Il est même possible de corriger l'astigmatisme jusqu'à -12.00 dpt (sphère) avec les lentilles Bios Comfort Toric.

www.conil.ch