



EXTRA | KONTAKTLINSE



KONTAKTLINSEN UND KUNDENZUFRIEDENHEIT

ZIELPUNKT GLÜCK

„Des Menschen Wille ist sein Himmelreich.“ Was der Schriftsteller Wilhelm Heine schon im 18. Jahrhundert wusste, ist auch heute noch das bestimmende Credo für den Erfolg im Verkauf.

LAUT „HAPPY SALES Verkaufsmethode“ ist ein Kunde immer dann glücklich, wenn das Produkt, das er kauft, seinem Willen, sprich seinen Wünschen entspricht. Kontaktlinsenträger haben vor allem drei Motive: Attraktivität, Aktivität und Abwechslung. Wie stark sie jeweils gelten, muss der Augenoptiker herausfinden.

Die entscheidenden Bedürfnisse von Kontaktlinsenträgern



ATTRAKTIVITÄT

Ich kann mich gut an den Schock bei meiner Führerscheinprüfung erinnern, als ich den Sehtest nicht bestand. Jetzt stehe ich kurz vor dem Gleitsichtalter, und wieder kommt mir der Horrorgedanke von damals: „Muss ich jetzt immer Brille tragen?“. Ich mag meine Brillen und besitze mehrere davon. Aber es gibt Situationen, da möchte ich natürlich, attraktiv und einfach anders aussehen als mit Brille. Dann hilft mir die Kontaktlinse. Ich wette, vielen Fehlsichtigen geht es genauso.

AKTIVITÄT

Aktivität bedeutet freies Ausleben aller Tätigkeiten ohne langwierige Planung. Was macht das Wetter heute, welche Termine habe ich, gehe ich nach der Arbeit noch

zum Sport? Mit der Kontaktlinse bin ich für alle Herausforderungen gut gerüstet und kann spontan entscheiden, gerade mit Tageslinsen in der Tasche.

ABWECHSLUNG

In meinem Sommerurlaub habe ich zu 90% Kontaktlinsen getragen. In diesem Fall stehen sie für ein unbeschwertes Lebensgefühl, Genuss und Freiheit. Ich entscheide mich je nach Stimmung und Situation individuell dafür: Kontaktlinsen machen frei und sorgen für Abwechslung!

Umfragen unter Kontaktlinsenträgern bestätigen: Sie hätten oftmals Kontaktlinsen beim Augenoptiker gekauft, wenn sie darauf angesprochen worden wären. Im Zeitalter des Internets ist faktisch jede Art von Kontaktlinsen jederzeit zugänglich. Zugleich

welchen Situationen möchten sie bevorzugt Kontaktlinsen tragen?“. Dies ist für den Laien übrigens deutlich einfacher zu beantworten, als die Frage nach Tragekomfort und Tragedauer – insbesondere, wenn er zum ersten Mal Kontaktlinsen ausprobiert. All das kann mit weiterführenden Fragen geklärt werden:

- Wie wichtig ist Ihnen frisches, natürliches Aussehen?
- Wie viel Wert legen Sie auf eine lange Tragedauer und einen exzellenten Tragekomfort?
- Inwiefern ist eine unkomplizierte Handhabung für Sie wichtig?

Egal ob Augenoptiker mit einem Sehprofil oder einem Anpassleitfaden arbeiten: Überprüfen Sie die Fragen nach Einfachheit und Motivationsgehalt. Entscheidend ist, dass

VERKAUFEN HEISST, DEM KUNDEN HELFEN, EINE GUTE ENTSCHEIDUNG ZU TREFFEN. DAZU BRAUCHT ES GUTE FRAGEN!

herrscht ein Überangebot an Produkten. Hier kommt der gute Verkäufer ins Spiel, der es versteht, Kunden zu begeistern und ein Guide im Angebotsdschungel zu sein.

Augenoptiker müssen interessiert zuhören, um genau herauszufinden, was der Kunde will. Zu jeder guten Anamnese gehören motivatorische Fragen wie diese:

- Was sind Ihre liebsten Freizeitbeschäftigungen?
- Wie sorgen Sie dabei für gutes Sehen?
- Tragen Sie häufig Sonnen- bzw. Sportbrillen?

Solche Fragen sind eine Steilvorlage, um den Kunden auf Kontaktlinsen anzusprechen. Dann lässt sich konkret fragen: „In

Sie Lust haben, den Dialog mit Ihrem Kunden zu führen. Die Fragen und die darauf aufbauende Beratung müssen zeigen, wie viele Möglichkeiten in der Kontaktlinse stecken. So werden aus glücklichen Brillenkunden auch glückliche Kontaktlinsenträger! //

www.schubs.com

SANDRA SCHUBERT



ist ein „Deutschlands charmanteste Verkäuferin“ und seit über fünf Jahren als Trainerin, Coach und Vortragende in der Augenoptik unterwegs. Als Expertin für Verkauf und Positive Psychologie „schubst“ sie mithilfe von Seminaren buchstäblich zum Verkaufserfolg. Ihr Buch „Happy Sales“ ist im Handel erhältlich. kontakt@schubs.com