



Metallfassung von op Couture **Außergewöhnlich**

Cazal-Modell 485: Die harmonisch geformte, zartrandige Metallfassung steht wohl jeder Frau. Schöne Farben, interessant kombiniert, und raffinierte, partiell eingesetzte Matt/Glanz-Effekte machen sie zu einer außergewöhnlichen Brille.

Material: Monel gold-plated. Farben: Limone, Flieder, Toffee, Aubergine.

*Außergewöhnlich:
Cazal-Modell 485*

Korrektionsfassungen von Optello **Eigene Fassungskollektion**

Die Marketinggruppe Optello setzt konsequent ihren Weg fort, die Mitgliedsbetriebe mit Produkten unter dem Namen Optello zu stärken. Nach der Kontaktlinsen- und Pflegemittelserie „Optello“ und der Sonnenbrillenkollektion „SunAngels by Optello“ folgt nun die Fassungskollektion. Der Start erfolgt mit 20 Modellen, die einen Schwerpunkt im mittleren Preissegment haben.

Der Konsumbereich soll innerhalb von Optello stärker forciert werden. Ein Schwerpunkt liegt für 2006 bei den Kunststofffassungen im modischen Design. In Zusam-

menarbeit mit einem deutschen Anbieter wird die Fassungskollektion per internem Internetshop vertrieben. Gleichzeitig bietet der Außendienst ebenfalls den Mitgliedern die Fassungen an.

Zusätzlich ist umfangreiches Werbematerial vorhanden: von der Zeitungsanzeige bis zum Directmailing. Optello sieht als wichtige Aufgabe an, nicht nur Produkte zu liefern, sondern auch intelligente Abverkaufsmaßnahmen beizusteuern, um Frequenz und Ertrag zu steigern. Infos unter „www.optello.de“ oder Tel. (01 79) 791 38 84.



Acetatmodell von op Couture Besonderer Touch

Cazal-Modell 314: Edel gearbeitete, modische Acetatbrille mit schmeichelnden Dekorteilen aus Metall. Attraktive Farbkombinationen und trendige Lackeinlagen geben dem Modell seinen ganz besonderen Touch.

Material: Acetat – Monel gold-plated. Erhältlich in den Farben: Aubergine, Karamel, Anthrazit, Rubinrot.



Prisma-Software mit visualisierter Verkaufsgeneration Geblickt . . . ?

Warum greift der Augenoptiker im Verlauf eines Beratungsgesprächs so oft zu Papier und Stift, um durch mehr oder minder künstlerisch wertvolle Zeichnungen und Skizzen dem Kunden wichtige Sachverhalte zu veranschaulichen? Weil „ein Bild mehr sagt als tausend Worte“ und ein Kunde, der nicht innerhalb von 10 bis 15 Sekunden einen verbal geschilderten Sachverhalt versteht und erfasst, aufhört zuzuhören. Und dies ist das Ende der Argumente, der GAU des Verkäufers.

Um dies zu vermeiden, die Kompetenz des Augenoptikers zu unterstreichen und

die Beratungsqualität gegenüber dem Kunden zu steigern, hat die Firma Prisma GmbH, Schwetzingen, für ihre Branchensoftware „Prisma Augenoptik“ das Modul „Sehen erleben“ entwickelt. Unter inhaltlicher und technischer Mitwirkung kompetenter Verkaufstrainer aus der Augenoptikbranche und erfahrener Kommunikationsdesigner wurden hier die wichtigsten Themen der Augenoptik didaktisch professionell und grafisch ansprechend visualisiert.

„Prisma Sehen erleben“ dient dem Augenoptiker im Beratungsgespräch zur Unterstützung, Veranschaulichung und Vertiefung der verbal formulierten Sachverhalte und Argumente. Die Darstellungen sind bewusst schematisch und klar strukturiert gehalten, um dem Kunden die Möglichkeit zu geben, die dargebotenen grafischen Inhalte auch als augenoptischer Laie intuitiv zu erfassen. Viele der einzelnen Darstellungen sind mit grafisch animierten Effekten ausgestattet, sodass sich durch Bewegungen der Computermaus die Inhalte dynamisch verändern. Ein Kunde, welcher die Zusammenhänge und Sachverhalte versteht, hat eine hohe Entscheidungssicherheit für das angebotene Produkt und dies führt in der Regel zu höherwertigen Verkäufen und Zusatzgeschäften. Der Augenoptiker etabliert sich darüber hinaus als kompetenter Berater im kompletten Themenbereich der Augenoptik.

Bei konsequentem Einsatz ist auch der Effekt der Beratungskontinuität bzw. Beratungskongruenz nicht zu unterschätzen. Das verkaufende Personal erhält einen optimalen Leitfaden an die Hand, welcher das Beratungsgespräch qualitativ und quantitativ auf einem gleichbleibend hohen Niveau hält. Damit erfährt der Kunde auch bei seinem nächsten Besuch, dass seine Beratung optimal war und seine Kaufargumente immer noch Gültigkeit haben, gleich welcher Mitarbeiter ihn diesmal bedient. Das Programmmodul „Prisma Sehen erleben“ ist ohne Aufpreis in der „Prisma Augenoptik“-Branchensoftware enthalten. Durch das besondere Mietverfahren, bei dem Software, Fernwartung und Pro-

gramm-Pflege einfach gemietet werden, sind die Miet-Anwender schon seit über einem halben Jahr mit ihrem kostenfreien „Upgrade“ in den Genuß dieses Software-Highlights gekommen.

Weitere Informationen erhalten Sie unter



gramm-Pflege einfach gemietet werden, sind die Miet-Anwender schon seit über einem halben Jahr mit ihrem kostenfreien „Upgrade“ in den Genuß dieses Software-Highlights gekommen.



(0 62 02) 575 68 10 oder im Internet unter „www.prisma-computer.de“ (hier kann eine Demoversion kostenfrei heruntergeladen werden).

**WIR
PLANEN
LÄDEN**

Barbara Heinkelmann
Ralf Russow

Dipl.-Ing. für
Innenarchitektur (FH)

Bergstraße 10
96179 Mürsbach
Fon 09533-1495
Fax 09533-1496

www.formundfunktion.de

Demo-Software von Ipro **Unterstützung des Verkaufs individueller Gleitsichtgläser**

Augenoptiker, die an einem Seminar von Benjamin Walther zum Thema „Mit Gleitsichtgläsern Kunden begeistern“ teilgenommen haben, wissen, warum die meisten Kollegen von Geschäftserfolgen wie den seinen nur träumen. Der 46-jährige Inhaber des Geschäftes „Der Augenoptiker“ im ostfriesischen Leer hatte nicht einmal im „Horror-Jahr“ 2004 Einbußen zu beklagen.

Während sich viele Augenoptiker darauf einlassen, im ruinösen Wettbewerb um „Schnäppchenkunden“ zu buhlen, sagt Walther: „Das Geld liegt auf der Straße, aber wer überleben will, wird in Zukunft vieles anders machen müssen.“ Er selbst lässt sich hochwertige Beratung angemessen bezahlen; die Augenglasbestimmung, die bei ihm nur auf Termin zu haben ist und mindestens eine Stunde dauert, kostet ab 38 Euro. „Bis jetzt hat noch keiner gemeckert“, sagt Walther, Gleitsichtspezialist seit 24 Jahren, selbstbewusst. „Wir haben satt zu tun.“ Den Kunden müsse nur die Bedeutung ihres wichtigsten Wahrnehmungsorgans bewusst gemacht werden. „80 Prozent aller Eindrücke nehmen wir über die Augen auf, das müssen wir den Menschen klarmachen, damit sie bereit sind, Geld auszugeben.“ Mit 54 Prozent sind mehr als die Hälfte der Brillen, die er anpasst, Gleitsichtbrillen, davon 80 Prozent individuelle. „70 Prozent der Fälle von schlecht vertragenen Gleitsichtbrillen sind nur durch Refraktionsfehler zu erklären, bei uns gibt es das nicht – deshalb haben wir Kunden aus ganz Deutschland und darüber hinaus.“

Was bedeutet individuelle Gleitsicht genau? „So wie jedes Hörgerät und jedes Gebiss individuell angefertigt werden und nur einem Menschen passen, wird individuelle Gleitsicht für ein einziges Augenpaar maßgefertigt“, sagt Walther. „Fast jeder über 40-Jährige wird so am besten versorgt, nicht zuletzt, weil dabei die Augenabstände angemessen berücksichtigt werden.“

Zu Walthers Selbstverständnis gehört es, technisch auf dem aktuellsten Stand zu sein und stets alle Register seines Könnens zu ziehen. Gegen schlecht angepasste Gläser oder gar Bifokal-Brillen ist er geradezu allergisch. „Bifokal wurde im Jahr der amerikanischen Unabhängigkeitserklärung 1776 er-



Benjamin Walther und Ipro-Berater Manfred Tams vor dem Demo-Programm zur Unterstützung des Verkaufs individueller Gleitsichtgläser

funden, es ist eine Frechheit, so etwas heute noch zu verkaufen; nicht besser ist es, wenn Spitzenprodukte der Glashersteller ohne Videozentrierung unprofessionell angepasst werden.“

Die Demo-Software für individuell angefertigte Gleitsichtgläser: Um seinen Kunden die Vorzüge individueller Gleitsichtgläser zu verdeutlichen, hat Walther eine Demonstrations-Software entwickelt und professionell programmieren lassen, mit deren Unterstützung sich hochwertige Gleitsichtgläser sehr viel besser verkaufen lassen. „Bei richtig angepasster Gleitsicht erreichen die Augen immer die maximale Sehleistung; das Demonstrations- und Vorführ-Programm erklärt, wie man kleinen und großen Augenabständen gerecht wird; ich kann dem Kunden sogar Fehlzentrierungen simulieren.“

Komfortable Verwaltung bei P&P **Kundenbindung durch Kundenkarten**

Diese in vielen Bereichen erfolgreiche Methode lässt sich nach der jüngsten Änderung des HWG nun auch in der Augenoptik einsetzen. In der augenoptischen Verwaltungssoftware „Easy!“, die von der Firma P&P Software vertrieben wird, ist ein Bonus-

Da Walther lieber täglich neu unter Beweis stellt, dass „die Branche keinen Grund zum Jammern, sondern ein unglaublich großes Potenzial“ hat, als sich um den Verkauf von Software zu kümmern, überlässt er den Vertrieb seines Programms (Kostenbeitrag 200 Euro) der Ipro GmbH. „Benjamin Walther hat eine Vision, die zu Ipro passt“, sagt Geschäftsführer Martin Himmelsbach. „Deshalb vertreiben wir sein Programm sehr gerne, und unsere regionalen Ipro-Berater übernehmen auch gleich die Installation und Einweisung vor Ort. Es gehört wenig dazu, vorauszusagen, dass sie damit europaweit Erfolg haben werden.“

Weitere Informationen: bei Ipro im Internet unter „www.ipro.de“ bzw. bei Der Augenoptiker Benjamin Walther, Mühlenstraße 27, 26789 Leer, www.DerAugenoptiker.de.

system integriert, mit dem sich Kunden-, Familien- oder Vereinskarten komfortabel verwalten lassen.

Der Druck der Karten lässt sich dabei frei gestalten. Zur Erstellung professioneller Karten werden unter anderem auch alle windows-kompatiblen Kartenprinter unterstützt.

Weitere Infos bei: P&P Software GmbH, Herr Petersen, Beim Sandschuster 1a in 29640 Schneverdingen, Tel. (0 51 99) 3 52, Fax 12 94, E-Mail: mail@p-und-p.de, Web: www.p-und-p.de.



Herbst-Aktion von MailShop Neueste Geräte im „Team“

MailShop Geräte-Aktion
Herbst/Winter 2005

mailShop

Wer arbeitet nicht gerne mit Spitzengeräten, die die Arbeit erleichtern und dazu noch richtig Zeit sparen? Der MailShop in Mühlacker hat auch dieses Jahr wieder verschiedene Mess- und Refraktionsgeräte für Sie kombiniert. Die „Teams“ setzen sich immer aus Autorefrakto-/Keratometern und Scheitelbrechwertmessern zusammen.

Wenn Sie sich für diese entscheiden, profitieren Sie von einem massiven Preisvor-

teil. Das „Basis-Team“, das „Dream-Team“ und das „Top-Team“ sind kombinierte Geräte für genaueste Messungen von Augen und Brillen. Egal, welches „Team“ ins Spiel kommt, Sie erhalten bis zum 15. Februar 2006 zusätzlich noch einen Hubtisch oder ein volldigitales Pupillometer dazu.

Weitere Informationen erhalten Sie telefonisch unter (0 70 41) 8 84-1 11 oder unter „www.mailshop.de“.

Brillenglas-Sammelaktion von MailShop

„Das Runde muss ins Eckige“

„Das Runde muss ins Eckige“ – unter diesem Motto hat die Mail-Shop GmbH Augenoptik, Mühlacker, eine Brillenglas-Sammelaktion für DFB-Fanartikel zur Fußball-WM 2006 gestartet. Alles, was Sie tun müssen, ist die Glastüten Ihrer Brillengläser aus dem MailShop-„60er-Team“ bis zum 30. April 2006 zu sammeln.

Die „60er“ sind vollvergütete La-

gergläser im Index 1,6, Kunststoff oder Mineral, und allesamt zu minimalen „Transfersummen“ erhältlich.

Bereits ab 50 Punkten gibt es dann zum Beispiel original DFB-Schals, attraktive T-Shirts, praktische Rucksäcke u.v.m.

Die genauen Lieferbereiche, Ausführungen und natürlich die sensationellen Preise der „60er“-Brillengläser und eine Übersicht der Prämien erfahren Sie unter Telefon (0 70 41) 8 84-1 10, Fax 16-1 59 oder unter E-Mail: glas@mailshop.de.



Fertiglesebrille von Porsche Design „Reading Tool“

Ein faszinierendes „must have“ für anspruchsvolle Trendsetter ist das exklusive „Reading Tool P'8801“ aus der „Porsche Design Eyewear“-Kollektion von Rodenstock.

Individualität und Stilbewusstsein ihres Trägers spiegeln sich im puristisch markanten Look der P'8801. Ausdrucksstark kontrastiert das flächige, maskuline Mittelteil aus purem Edelstahl mit den ergonomisch geformten Bügeln aus hochwertigem High-tech-Kunststoff. Die hochwertige und funktionelle Materialkombination kombiniert optimale Flexibilität mit maximaler Bruchsicherheit und bietet Leichtigkeit und Tragekomfort vom Feinsten.

Entspannten Lesekomfort ohne störende Reflexe versprechen die hochwertigen, entspiegelten Rodenstock-Gläser. Extrem dünn, leicht und bruchunempfindlich decken sie durch ihre ergonomische Form das beim Lesen benötigte Gesichtsfeld genau ab. Eine spezielle Beschichtung bietet Schutz gegen schnelles Verkratzen. Angeboten wird die P'8801 in vier Glasstärken: +1,00, +1,50, +2,00 und +2,50 dpt.

Wird die Brille einmal nicht getragen, sorgt das eigens entwickelte Etui für optimalen Schutz des „Reading Tools“. Innen gepolstert, greift es das zeitlose Farbdesign der Fassung auf und folgt konsequent den minimalen Abmaßen der Lesebrille mit eingeklappten Bügeln.

Die beigelegte Garantie-Karte weist eine zweijährige Garantiezeit aus.

Freie Sicht für unterwegs.

shoptic

SO WEIT SO KLAR

Fon 04322 584484
www.shoptic.com | SO WEIT SO KLAR

„Stadtpflaster“-Promotion Preiswerter als der Postwurf!

Mit „Stadtpflaster“-Promotion von Optikerwerbung.de aus Dortmund bewerben Sie gezielt die Umgebung Ihres Geschäfts, umliegende Bezirke oder mit besonderen Angeboten auch mal die ganze Stadt. Die Verteilung an alle Haushalte ist im gesamten Bundesgebiet möglich, mit der Berücksichtigung eventueller Einwurf-Verbote.

Nutzen Sie die Kontakte zu Verteilunternehmen und lassen Sie sich vom Komplettpreis begeistern.

Einfach und schnell durchführbar (innerhalb weniger Tage), geringere Verteilkosten als bei anderen Postwurfaktionen, günstiger



als manche Zeitungsbeilage. Starten können Sie in allen Städten ab 20 000 Stück.

Sagen Sie einfach, welche PLZ Sie bewerben möchten und Sie bekommen ein individuelles Angebot von Optikerwerbung.de.

Weitere Informationen zur „Stadtpflaster“-Promotion finden Sie unter: www.optikerwerbung.de oder E-Mail: info@optikerwerbung.de, Tel. (02 31) 226 64 22, Fax 85 26 16.

Verkaufskonzept bei Optic Society „Glasklare Preise“

BRILLENHAUS Högl
Glasklare Preise

Beispiel zum mitrechnen

Schluss mit der Ungewissheit, was am Ende eine Brille tatsächlich kostet. Im Brillenhaus Högl können Sie sich selbst ausrechnen, wieviel Sie für Ihre neue Brille ausgeben wollen.

Auf jeder Brillenfassung steht schon der Endpreis für eine Brille mit einfachen Einstärkengläsern (ohne Extras). Sie müssen nur noch Zuzahlungen addieren, je nach dem welche anderen Gläser oder welche Verbesserungen Sie haben möchten.

Gleitsichtgläser erhalten Sie schon ab 75€ pro Glas.

Also Fassungspreis plus Gläserpreis addieren und schon wissen Sie was Ihre neue Brille kostet.

Trendbrille 87€
Bei uns wissen Sie schon vorher was Ihre neue Brille kostet
Fassungspreis = Endpreis inklusive Einstärkengläsern

Verbraucherbefragungen bei Mitgliedsbetrieben hatten bereits Ende 2004 aufgezeigt, dass eine Großzahl von Verbrauchern bei den Brillenpreisen mehr Transparenz wünscht und meist sogar „Angst“ vor dem Endpreis der Brille hatte. Aus diesen Erkenntnissen hat Optic Society unter Federführung von Dr. Arno Böckling das Konzept „Glasklare Preise“ entwickelt.

Zwischenzeitlich arbeiten über 20 Mitgliedsbetriebe nach diesem Verkaufskonzept und berichten übereinstimmend über eine Vereinfachung im Verkauf, einer hohen Akzeptanz beim Kunden und steigenden Stückzahlen.

Kernidee des Konzeptes ist eine Vereinfachung der Glaspreise und einer klaren Darstellung in vier Preisgruppen. Diese werden in Werbung, im Schaufenster und im Laden kommuniziert und ermöglichen eine gute Orientierung des Kunden. Es kommt auch nicht mehr zu kognitiven Dissonanzen nach dem Kauf (Zweifel, ob das richtige Produkt gekauft wurde) und die Kundenbindung und Zufriedenheit wächst.

Optic Society entwickelt das Konzept mit dem Mitglied vor Ort mit individueller Ausprägung unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation. Weitere Infos: Telefon (0 61 33) 9 45 60 oder unter „www.optic-society.de“.

Mini-Adventskalender mit Schokolinsen So klein und doch für 24 Tage

Verkürzen Sie Ihren Kunden doch mal das „Warten auf's Christkind“ und bleiben ihnen länger in Erinnerung. Verteilen Sie im November in Ihrem Laden oder auf einem Fest Ihre Mini-Adventskalender. Denn wer möchte keinen Adventskalender haben?

So etwas haben Ihre Kunden noch nicht gesehen! Der Mini-Adventskalender von Optikerwerbung.de, Dortmund, ist gefüllt mit 24 Schokolinsen und einem weihnachtlichen Motiv auf der Silberfolie.

Schon ab einer Mindestbestellmenge ab

200 Stück und drei verschiedenen Motiven erhältlich. Und selbst individuell bedrucken ist möglich. Ab einer Abnahmemenge von 1 000 Stück bekommen Sie Ihren eigenen Mini-Adventskalender. Jetzt schnell noch bestellen und noch rechtzeitig geliefert bekommen.

Weitere Infos bekommen Sie unter Web: www.optikerwerbung.de, E-Mail: info@optikerwerbung.de, Tel. (02 31) 226 64 22.



Hoya-Initiative mit Eynoa-Gleitsichtgläsern „Winners' Cup 2006“

Mit einfachen, aber aufmerksamkeitsstarken Aktionen unterstützt Hoya regelmäßig seine Partner dabei, die Hoya-Produkte für ihren individuellen Geschäftserfolg zu nutzen. Aktuelles Projekt: die Eynoa-Initiative 2005/2006. Damit können Hoya-Partner gleich doppelt vom Verkauf der Eynoa-Gleitsichtgläser profitieren. Sie unterstreichen damit ihr Image als kompetenter Augenoptiker und erhalten zugleich die Chance auf einen von 20 VIP-Plätzen für das Fußball-Großereignis 2006. Die Eynoa-Initi-

ative 2005/2006 ist nämlich zugleich zentrales POS-Element der Aktion „Hoya Winners' Cup 2006“.

Hoya hat zur Verkaufsunterstützung für Eynoa ein rundes Paket geschnürt. Highlight ist dabei ein Give-away, mit dem Augenoptiker eine individuelle Direct-Mailing-Aktion starten können: eine kleine, aber feine Leseleuchte, die ansprechend verpackt in einer transparenten Box, zu einem attraktiven Preis bei Hoya geordert werden kann.

Mit einer dazu passenden Karte können Augenoptiker ihre Kunden zu einem Informationsgespräch in ihr Geschäft einladen. Die Leseleuchte gibt's anschließend als kleine Aufmerksamkeit geschenkt. Ergänzt wird das Paket durch Türstopper-Poster und ei-

nen Endverbraucher-Flyer, der die Vorteile des Materials zielgruppengerecht erklärt.

Zudem gehört eine Beratungskarte mit anschaulichem Glasdickenvergleich dazu. Für die direkte Kundenansprache steht ein Anzeigenmotiv für die Tageszeitung zur Verfügung. Alle Medien können unter „www.hoyanet.de“ bestellt werden.

Mit allen Eynoa-Gleitsichtgläsern, die Hoya-Kunden bis einschließlich Januar 2006 verkaufen, sichern sie sich einen Tabellenplatz beim „Hoya Winners' Cup 2006“. Damit haben sie die Chance, dabei zu sein, wenn im nächsten Sommer die Fußball-Welt in Deutschland zu Gast ist.