

**SPECTARIS-Kontaktlinsen-Kreis:  
„Erfolgreich mit Kontaktlinsen in Zeiten der Pandemie“**

**Einige Tipps für die Umsetzung in Ihrer KL-Praxis**  
(sowohl für Neuträger-Kund\*innen als auch bestehende KL-Träger\*innen)

Sommer/Herbst 2021 | [www.spectaris.de/kontaktlinsen](http://www.spectaris.de/kontaktlinsen)



Zielgruppe	Neuträger / alle Kunden						
<b>Aktivität</b>	<b>Aktive Ansprache</b>  aller Kunden auf KL, die mit <u>beschlagenen Brillen</u> in das Geschäft kommen (wie auch alle anderen)  oder proaktiv über Social Media spielen  „KL beschlagen nicht“	<b>Sichtbarkeit nach außen und in Medien erzeugen</b>  Straßenstopper, print, <u>Website</u> mit aktuellen Öffnungszeiten  „Wir haben geöffnet – wir freuen uns auf Ihre Terminvereinbarung“  → Nicht jedem Verbraucher ist klar, dass Augenoptiker geöffnet haben dürfen.	<b>Sicherheit &amp; Hygiene demonstrieren</b>  Mit <u>Terminvereinbarungen</u> arbeiten. Schichtbetrieb einführen.  Auf der Homepage darüber sprechen, mit Bildern zeigen  → Den Kunden die „Sorgen“ vor Ansteckung nehmen	<b>„Masken-assoziiertes Trockenes Auge“</b>  Nachbenetzung empfehlen, Hilfestellung anbieten, korrekter Sitz der Maske  „Nicht reiben, Tropfen“  Durch geringere Irritation am Auge greift man sich auch weniger ans Auge/ ins Gesicht.  (siehe CORE-Link weiter hinten)	<b>Thema Neuanpassung: Gleich Linsen-Abo abschließen</b>  (man bleibt automatisch in Verbindung, Reminder-Funktionen über Tel., SMS, E-Mail etc. nutzen)  Angebote der Industriepartner nutzen	<b>Thema Handling in der Neuanpassung:</b>  Einbinden von <u>Handhabungs- und Erklärvideos</u> – auch für zu Hause  <b>E-Mail-Programm anbieten</b> speziell für Neuträger (Angebote Ihrer Industriepartner nutzen)  → Sicherstellen, dass der Kunde sinnvolle Informationen erhält und nicht Zweifelhaftes aus dem Internet.	<b>Mit dem Kunden generell in Kontakt bleiben,</b>  z.B. per Mail, Brief, Telefon, Homepage, Social Media  → der Augenoptiker soll auch weiterhin erster Ansprechpartner für seine Kunden sein (Abwanderung zu anderen Kanälen oder Anbietern vermeiden)
<b>Effekt<sup>1</sup></b>	***	**	***	**	***	**	***
<b>Umsetzbarkeit<sup>2</sup></b>	***	***	***	***	**	***	**
<b>Kosten<sup>3</sup></b>	*	**	*	*	*** gering, wenn ABO-System bereits vorhanden	*	*/**

- 1 \* = gering, \*\* = hoch, \*\*\* = sehr hoch  
 2 \* = sehr einfach, \*\* = einfach, \*\*\* = etwas aufwendiger  
 3 \* = sehr günstig, \*\* = günstig, \*\*\* = etwas kostenintensiver

Zielgruppe	Neuträger					
Aktivität	<p><b>„Kontaktlinsentage“ an einem festen Wochentag</b></p> <p>An diesem festgelegten Tag tragen alle Mitarbeiter keine Brille, idealerweise aber Kontaktlinsen (Ansteckbutton: „Heute trage ich Kontaktlinsen.“)</p>	<p><b>JEDEM Brillenträger anbieten, Tageslinsen SOFORT für die Brillenauswahl aufzusetzen – zuvor die Linse aber erst spüren lassen.</b></p> <p>Hilft auch sehr, den Durchschnitts“bon“ des Brillenkunden zu steigern, wenn er bei der Brillenauswahl schon besser sieht.</p>	<p><b>Ansprache aller Brillen-Kunden auf Kontaktlinsen</b></p> <p>und Erläuterung der Vorteile von KL in der aktuelle Maskensituation</p> <p><u>Vorschlag:</u> „Wie möchten Sie Ihre Fehlsichtigkeit korrigiert haben?“</p>	<p><b>Mailingversand an alle Brillen-Kunden</b></p> <p>Darin werden die Vorteile von KL in der aktuellen Maskensituation erläutert (per E-Mail oder Post) / Könnte man aber auch per WhatsApp anteaern und dann auf seine eigene Webseite verlinken, sofern man eine hat – Spart Versandkosten und ermöglicht die weitere Verlinkung auf seinen Terminkalender, wo man als Call-to-Action direkt einen Termin vereinbaren kann.</p>	<p><b>Erstellung eines Brillenetui-Beilegers,</b> der bei jeder Brillenabholung beige packt wird und in dem die Vorteile von Kontaktlinsen in der aktuelle Maskensituation erläutert werden. =&gt; Kann man ganz pragmatisch über den eigenen Drucker daheim machen oder aber kostengünstig über Internetplattformen wie <a href="http://www.flyeralarm.com">www.flyeralarm.com</a> o.ä. =&gt; Vielleicht bindet man auch kreative Mitarbeiter in das Projekt mit ein und kann so auch gezielt mit 2-3 Varianten etwas humorvoller kommunizieren – ggfs. sogar zielgruppenspezifisch</p>	<p><b>Beim Übergeben einer Brille direkt eine Packung Tageslinsen in der passenden Stärke bereit halten</b></p> <p>und sagen: „Wir hatten doch im Beratungsgespräch über KL gesprochen, schauen Sie mal, hier habe ich welche in Ihrer Stärke. Möchten Sie das zusätzlich zu Ihrer Brille einmal testen? Dann zeige ich Ihnen die Handhabung und kontrolliere kurz den optimalen Sitz.“</p>
Effekt <sup>1</sup>	***	***	**	***	***	***
Umsetzbarkeit <sup>2</sup>	*	***	**	***	***	*
Kosten <sup>3</sup>	*	*	*	***	**	*

- 1 \*= gering, \*\* = hoch, \*\*\* = sehr hoch  
2 \* = sehr einfach, \*\* = einfach, \*\*\* = etwas aufwendiger  
3 \* = sehr günstig, \*\* = günstig, \*\*\* = etwas kostenintensiver

Zielgruppe	Bestehende KL-Träger					
<b>Aktivität</b>	<b>Linsen-Direktlieferung anbieten</b>  Angebote der Industriepartner nutzen	<b>Nachbetreuung I</b>  Gerade jetzt wichtig: Durch <u>veränderte Arbeits-/Umgebungsbedingungen</u> könnten sich andere Tragegewohnheiten oder ein anderer Tragekomfort ergeben	<b>Nachbetreuung II</b>  <b>Proaktiv alternative Produkte / Upgrades anbieten</b>  „Never change a winning team“ stimmt nicht immer. Es geht oft noch besser.  Daher auch bei Kunden, die angeben, es sei alles „o.k.“, ein Upgrade nicht unterschätzen. Zugleich bleiben Sie so immer „up to date“.  → Drop-Outs vorbeugen	<b>Bestehende Abos</b>  <b>Weniger Linsenkonsum durch Homeoffice?</b>  Bei bestehenden Abo-Kunden, welche in Corona-Zeiten das Abo kündigen wollen, eine Alternative anbieten, z.B. Einmal-Kontaktlinsen.  Aber auch die Vorteile am PC ansprechen: („Homeoffice-Tarif“)	<b>Mailing-Versand an alle KL-Kunden</b>  Darin werden die Vorteile von Direktliefer- und Abo-Systemen in Pandemie-Zeiten erläutert;  Verknüpfung mit #shoplocal denkbar, um auf die allg. Situation im stationären Handeln hinzuweisen.  → Versand per E-Mail oder WhatsApp ist relativ kostengünstig, gar kostenlos	<b>Fortsetzung:</b> Hilfe über Agenturen wie Loyalty Lab, die das komplett und günstig abwickeln können.  → Möglichkeit, das eigene CRM-System (z.B. Euronet, IPRO, Imparex u.a.) zu nutzen und darüber relevante Zielgruppen zu definieren und anzusprechen.  → Rücksprache mit dem Software-Hersteller, um hier das System weiter nutzbar zu machen.
Effekt <sup>1</sup>	***	**	**	***	**	
Umsetzbarkeit <sup>2</sup>	*	***	***	*	***	
Kosten <sup>3</sup>	*	**	***	***	***	

- 1 \* = gering, \*\* = hoch, \*\*\* = sehr hoch  
 2 \* = sehr einfach, \*\* = einfach, \*\*\* = etwas aufwendiger  
 3 \* = sehr günstig, \*\* = günstig, \*\*\* = etwas kostenintensiver

Zielgruppe	Bestehende KL-Träger						
<b>Aktivität</b>	<b>Den KL-Bedarf seinen Kunden persönlich nach Hause bringen</b>	<b>Infomailing/ Facebook, o.ä.:</b> „Ihre Kontaktlinsenversorgung während Corona bei uns.“	<b>Zoom-Sprechstunde für Linsenträger</b> „Online-Sprechstunden“ anbieten.  Ggfs. kann so ein Routine-Check mal überbrückt werden.	<b>Eigener Online-Shop auf Firmenwebsite</b>	<b>(Automatisierter) Versand von Pflegemitteln</b>	<b>Terminvereinbarungen online</b>	<b>Umfangreiche Erläuterung der Vorteile von Direktliefer- und Abo-Systemen</b>  über die Website und eigene Social Media-Kanäle => Einbindung von technikaffinen und kreativen Mitarbeitern (ggfs. zusätzlicher Obolus als Dankeschön / Auslobung „Mitarbeiter des Monats“ o.ä.) ermöglicht Teamstärkung
<b>Effekt<sup>1</sup></b>	**	**	***	**	**	***	**
<b>Umsetzbarkeit<sup>2</sup></b>	***	**	***	***	**	**	***
<b>Kosten<sup>3</sup></b>	***	*	**	***	**	***	***

1 \*= gering, \*\* = hoch, \*\*\* = sehr hoch

2 \* = sehr einfach, \*\* = einfach, \*\*\* = etwas aufwendiger

3 \* = sehr günstig, \*\* = günstig, \*\*\* = etwas kostenintensiver

## Mögliche zusätzliche Unterstützung bei der Ansprache im Geschäft:

- „Die Maske kann ich Ihnen nicht abnehmen, aber das Beschlagen kann ich Ihnen wegzaubern.“
- „Maske und Brille in Kombination kann ganz schön nervig sein – Ich hätte da eine Lösung für Sie, für immer oder auch nur übergangsweise.“
- „Der Trend geht klar zu nur noch einem (sichtbaren) Medizinprodukt im Gesicht 😊 – Sind Sie offen für einen Vorschlag?  
Haben Sie Interesse einmal Kontaktlinsen auszuprobieren?“

## Weitere Tipps in:

### "Krisenblocker Linse": Mit Abo-Systemen sicher durch die Corona-Krise

Kontaktlinsen  
13. August 2020 von Judith Kern



- <https://www.doz-verlag.de/news/krisenblocker-linse-mit-abo-systemen-sicher-durch-die-corona-krise>
- <https://core.uwaterloo.ca/news/cores-mask-associated-dry-eye-made-infographics-now-available-in-22-languages-from-covideyefacts-org/>  
(siehe nächstes Chart)

# Masken-assoziiertes Trockenes Auge (MATA)

Das Tragen von Masken ist essentiell, um die Verbreitung von COVID-19 zu reduzieren, aber es kann auch zu Symptomen des Trockenen Auges führen. Wie entsteht das und was kann man tun?

## Ursache

- 1 Ausgeatmete Luft wird nach oben und über das Gesicht aus der Maske heraus kanalisiert.<sup>1</sup>
- 2 Bewegte Luft am Auge bewirkt ein verstärktes Verdunsten des Tränenfilms und ein Gefühl von Trockenheit.
- 3 Die Augen können sich trocken, kratzig, irritiert und tränend anfühlen und dazu rot aussehen.



## Lösung

- 1 Stellen Sie sicher, dass die Maske gut sitzt und fixieren Sie sie für langes Tragen ggf. mit einem Tape auf der Nase.
- 2 Benetzende Augentropfen können das Trockenheitsgefühl lindern. Fragen Sie Ihren Augenspezialisten nach einer Empfehlung.
- 3 Reduzieren Sie die Zeit in klimatisierten Räumen wenn immer möglich und machen Sie regelmäßige Pausen bei der Bildschirmarbeit.

**Denken Sie daran, Ihr Gesicht und Ihre Augen nicht mit ungewaschenen Händen zu berühren!**