

## VisionOttica, i numeri dell'operazione-Campania

In 3 domeniche sono state coinvolte 9 piazze, 11 centri ottici ed effettuati 732 Test dello Stress Visivo: sono i risultati dell'iniziativa condotta a ottobre nella regione dal premium brand di Vision Group

Nel primo appuntamento del 2 ottobre lo staff di VisionOttica Santoro e quello di VisionOttica Sunrise hanno effettuato gratuitamente 156 Test nelle rispettive piazze di San Giorgio del Sannio, in provincia di Benevento, e di Sorrento. Il successo non si è fermato, nonostante il freddo accompagnato da pioggia, durante la seconda tappa del Tour del Benessere Visivo, il 9 ottobre. VisionOttica Corniello, VisionOttica Ferraioli e VisionOttica Iannaccone hanno, infatti, effettuato 212 Test dello Stress Visivo gratuiti nelle rispettive location di Alife (Caserta), Pagani (Salerno) e Lioni (Avellino). La carovana del Benessere Visivo ha concluso la propria tournée domenica 16 ottobre, interessando 4 città, Benevento, Caserta, Napoli e Santa Maria Capua Vetere: gli ottici di VisionOttica Lonardo, VisionOttica Santoro (nella foto il suo gazebo), VisionOttica Gargiulo, VisionOttica De Cesare, VisionOttica Di Vittorio e VisionOttica Abys hanno fatto registrare quota 364 test effettuati. Il Test, comunque, non sostituisce la visita del medico oculista, che VisionOttica consiglia di effettuare periodicamente. I rischi dello stress visivo, le opportunità offerte dal Test messo a punto da VisionOttica con il patrocinio della Società Oftalmologica Italiana e i soggetti della nuova campagna stampa, in programma sino alla fine di novembre, saranno spiegati al pubblico nel nuovo Glasses & Fashion, in edicola lunedì 31 ottobre insieme con Il Sole 24 Ore.



## Transitions ricomincia da 5

È partito il nuovo concorso "Vinci una pioggia di Ipod", promosso dal brand leader nelle lenti fotocromatiche per gli ottici italiani



I lombardi Nunzio Lazzano e Giulia Rachele Cesana, l'emiliano Corrado Schiatti, il veneto Alberto De Bon e la piemontese Loretta Rizzato sono i vincitori della prima settimana del concorso. Grazie alla Card di autenticità che accompagna ciascun paio di lenti dinamiche Transitions per garantirne l'originalità, gli ottici possono accumulare punti e vincere i premi in palio. Partecipare è semplice: basta comunicare per ciascuna vendita di lenti fotocromatiche Transitions il codice univoco e personale associato alla Card di autenticità delle lenti vendute, compilando il form dedicato sul sito vincitransitions.it o inviando un sms al numero 320.2041145. L'ottico entra così a far parte della classifica della settimana, guadagnando un punto per ciascun paio di lenti Transitions VI venduto e due punti per la vendita di lenti Transitions Xtractive. Ogni partecipante potrà controllare la propria posizione in classifica sul sito, semplicemente entrando con user e password personali. Sei classifiche per sei settimane, 30 vincitori in totale, con 5 finalisti ogni settimana, che si aggiudicheranno ciascuno un iPod: il primo e il secondo classificato riceveranno un Apple iPod nano 8GB, mentre un Apple iPod shuffle 2GB andrà al terzo, quarto e quinto. Inoltre, per rendere la dinamica del concorso più accattivante e dare la possibilità di vincere a un maggior numero di persone, gli ottici che verranno man mano premiati saranno esclusi dalle classifiche delle settimane successive fino alla conclusione del concorso, fissata per il 27 novembre.

Mauro Gamberini TODAY

## Perché andare ai corsi di marketing?

**Perché offrono motivazione, ossia danno quell'energia per affrontare la routine della vita in negozio accogliendo sempre il cliente con un sorriso, e ordine, ossia danno un'analisi completa e approfondita di tutte le azioni di vendita possibili**

Domenica sono stato al corso Optical Evolution di Ercole Renzi a Milano. Perché svegliarmi alle 5 di mattina, percorrere oltre 200 km e passare l'unico giorno libero della settimana dentro un'aula? Perché "il settore principale cui un imprenditore ottico deve dedicare il proprio tempo è il marketing del proprio negozio", come ho imparato sulla mia pelle qualche tempo fa, quando ho dovuto rinunciare al sogno del mio punto vendita per un eccesso sia di delega della gestione del piano di marketing sia di fiducia nei mezzi pubblicitari tradizionali. Questo non significa necessariamente che il titolare del centro ottico possa solo dedicarsi al marketing fai da te, ma che, anche nel caso in cui scegliesse di delegare ad agenzie e professionisti del settore, debba conoscere le regole del gioco per poter avere tutto sotto controllo e muoverne i fili. Soprattutto per poter dire anche di no a proposte sbagliate. Quindi ai corsi di optometria e contattologia alterno ben volentieri quelli di marketing, che possono portare in ogni caso due grandi vantaggi: ordine e motivazione. La motivazione è quell'energia che ci spinge giù dal letto ogni mattina allo stesso orario, ci fa fare la stessa strada, magari lunga, per arrivare allo stesso negozio dove passeremo tutto il giorno per un incasso incerto e forse basso, ma che ci fa accogliere ogni singolo cliente con un grande e sincero sorriso, trasmettendo l'entusiasmo di avere la possibilità di poter risolvere ogni suo problema. Trovo sia normale che questa motivazione, sotto il peso del tempo e delle avversità della vita stessa possa avere un percorso altalenante. Partecipare ai corsi, incontrare altre realtà professionali da tutta Italia, confrontarsi con un valido relatore può solo essere di aiuto galvanizzando la tua motivazione. Ma anche mettendo ordine. Ad esempio, all'evento di domenica si è discusso anche di alcune tecniche di marketing e di vendita che possono favorire l'aumento dello scontrino medio nel negozio di ottica. È impossibile che chi lavora da anni in un'attività commerciale non le abbia applicate almeno una volta con i propri clienti, ma il vederle raggruppate in un elenco, ognuna con il suo nome e analizzarle con calma insieme a persone competenti, consente di mettere ordine nel proprio sistema di marketing e vendita, lasciando meno spazio al caso e alla fortuna. Investire tempo e risorse nel marketing del proprio negozio di ottica è la quinta lezione che ho imparato a mie spese. Per scoprire le altre: [www.5lezioni.it](http://www.5lezioni.it).

## Silhouette, lusso per le occasioni importanti

**Nel mondo dell'eyewear si evidenzia una crescente tendenza verso "occhiali adatti all'occasione". L'azienda austriaca dà una risposta a questa esigenza, creando collezioni per i momenti cruciali della vita**

Le nuove linee luxury "Lacquer Artwork", per l'uomo elegante, e "Golden Circle" (nelle foto), per la donna sofisticata, sono prodotte con lavorazione artigianale utilizzando solo materiali della migliore qualità. Un notevole investimento in termini di tempo e di know-how si è reso necessario per sviluppare il ricercato design della linea maschile "Lacquer Artwork". Centinaia di ore e circa 200 fasi di lavorazione, per la maggior parte eseguite a mano, trasformano questi modelli in una vera opera d'arte. Le cerniere delle aste diventano ricercati elementi decorativi, le aste sono decorate con lacca di Cina, un materiale pregiatissimo di origine vegetale, applicata in varie tonalità di colore digradanti. Il tocco finale è la lucidatura eseguita interamente a mano. Anche i modelli femminili "Golden Circle" sono caratterizzati da grande eleganza. Occhiali gioiello che affascinano per i contrasti tra rifiniture lucide e satinare, per i materiali pregiati e per le armoniose combinazioni di colore. I cerchi in titanio che si intrecciano sulle aste, da cui il nome della collezione Golden Circle, sono l'elemento decorativo predominante di questi modelli e richiamano il design di pregiate collane e bracciali.



**Tutta l'ottica a portata di click!!!**



**-3%**

**clamarshop.it**

Direttore responsabile: Angelo Magri  
 Coordinamento redazionale: Francesca Tirozzi  
 Redazione: Via Ripamonti 44 - 20141 Milano  
 Tel. 02 36638601  
 Pubblicità: Luciano Cristiano  
 Cel. 334 6970786  
 E-mail: [l.cristiano@b2vision.com](mailto:l.cristiano@b2vision.com)  
 Supplemento al 27 ottobre 2011 di [b2eyes.com](http://b2eyes.com)  
 reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009

**Tutta l'ottica a portata di click!!!**



**-3%**

**clamarshop.it**