

Venda em lentes de contato

Luis Alberto Perez Alves
Autor dos livros digitais de
lentes de contato
perezalves@uol.com.br

Legislação

- Decreto nº 24.492/34 Em seus artigos 5º e 6º nos seus itens 1º, 4º e 5º mais os art. 7º, 9º, 12º e 18º.
- Portaria nº86/58 Em seus art. 1º, 12º, 13º, 14º e 15º.
- Decreto GESP nº 12.479/79 Título XII art. 147º e 150º.
- Parecer 404/83
- Resolução SS-196/98
- Portaria nº397/02 (CBO)
- Constituição da Republica Federativa do Brasil 1.988 Art. 5ºXIII
– É livre o exercicio de qualquer trabalho, oficio ou profissão, atendidas as qualificações profissionais que a lei estabelecer.

- 
- **Era de mudanças rápidas.**

Mudanças rápidas

- Em 1.979, um operário da Fiat produzia 9 carros no mesmo tempo em que no final dos anos 90 produzia 69.
- Em 1.988 a Perdigão demorava 50 dias para fazer um frango chegar a 2,3 kg. Hoje a engorda leva 44 dias, com um consumo de ração 15% menor.

Inovação

- “Inovar não está deixando de ser um risco. Está é se tornando um risco menor do que não inovar.”

O que os compradores querem

- Você acha que o cliente sabe exatamente o que quer comprar?

O que os compradores querem

- Henry Ford tem uma frase memorável:

Se quando inventei o automóvel tivesse perguntado aos consumidores o que gostariam de ter, teriam respondido:

“Um cavalo mais rápido”

O que os compradores querem

- Você pensa que ele sempre compra o menor preço?

O que os compradores querem

- Clientes não compram produtos nem promessas, eles compram **valor** e **solução**.

O que os compradores querem

- Para responder a essas questões, você precisa descobrir as necessidades dos clientes.
 - Faça isso da seguinte maneira:
 - 1 – Formule **perguntas** inteligentes.
 - 2 – Ouça o cliente com **atenção**.
 - 3 – **Processe** as informações obtidas.
 - 4 – Fique atento as **idéias**, e não às palavras do cliente.
 - 5 – Certifique-se de ter entendido a **verdadeira intensão** do cliente.
 - 6 – **Planeje** cuidadosamente para responder ao que foi dito.

Mudanças

- Mude, transforme-se e reinvente-se rapidamente, antes que alguém faça isso por você. Ou como diria qualquer jogador de futebol:
- **“Quem não faz gol, toma.”**
- Afinal, como podemos esperar que as coisas aconteçam de forma diferente, se fazemos tudo sempre igual?

O desafio da reinvenção

- Por que?

O desafio da reinvenção

- Por que?
- **Porque é sempre possível fazer melhor!**

Mercado Brasileiro

- Merc. Bras. R\$ 7,8 bi;
- Total de pontos de venda 28.000;
- 7.300 hab/óptica;
- Fat. R\$ 27.700,00/mes/óptica

■ Fonte: Instituto Gallup

Potencial do Estado de SP

- Renda: R\$ 494.837.500.000 - 31,925%
- Consumo de óculos e lentes:
- R\$ 959.951.994 – 32,653%

- Fonte: Gazeta Mercantil – Atlas Mercado Brasileiro Ano IX nº 9 Junho 2008

Estado de SP

- **Óculos e lentes: R\$ 959.951.994 – 32,653%**
- **Pontos de venda: 4.031**
- **9.880 hab/óptica**
- **Fat. R\$ 19.845,/mês/óptica**
- **Média nac. é de R\$27.700,/mes/óptica;**
- **Onde está a diferença de R\$ 7.855,?**
- **Vamos ver se dá prá chegar nela?**

Deficiência visual no Estado de SP

- 58% da população é deficiente visual;
- 23.099.990 miopes.
- Apenas 18% usa correção;
- 4.157.998 usuários de correção.
- Paulistas não atendidos.
- 18.941.992



PERFIL DO DEFICIENTE VISUAL EM SP

- 16% miopia maior que 1 dioptria;
- 3.695.998 miopes.
- 10% da população miope tem miopia degenerativa;
- 369.599 com miopia degenerativa.
- 34% hipermetropia maior que 1 dioptria;
- 7.853.996 hipermetropes.
- 26,7% presbiopia.
- 10.753.443 presbitas



OUTRAS DEFICIÊNCIAS

- De 3 a 5% estrabismo (692.999 estrábicos);
- De 2 a 5% ambliopia (461.999 ambliopes);
- De 1 a 2% glaucoma (menos de 70 anos);
- De 6 a 7% glaucoma (após 70 anos);
- 17,6% catarata (menos de 65 anos);
- 47,1% catarata (entre 65 e 74 anos);
- 73,3% catarata (acima de 75 anos).



USUÁRIOS DE LENTES DE CONTATO (DADOS COMPARATIVOS)

- **Estados Unidos: 12% da população. Faixa etária entre 18 e 44 anos: 82%.**
- **Japão: 8% da população. Faixa etária entre 18 e 25 anos: 80%.**
- **Brasil: 1,2% da população. Idade média 23,2 anos (mais e menos 4 anos).**



POTENCIAL DE LC S.P

Atualmente 277.199 usuários

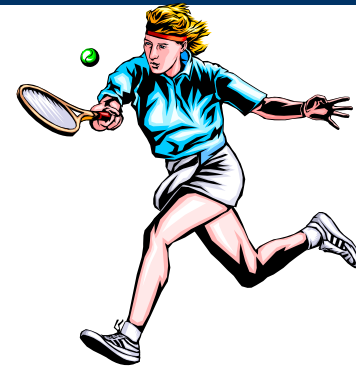
Potencial para 1.108.799 usuários
ou 4,8% da pop.

Evolução de 400%



MOTIVO DE USO DAS LENTES

- 63,8% estético;
- 23,6% óptico;
- 6,3% conforto / praticidade;
- 6,3% esporte.



**Uma decisão de alto retorno
Lentes de Contato**

MOTIVO DE USO DAS LENTES

- **56% dos usuários se sentem mais atraentes e sensuais com o uso de lentes de contato**
- **45% dos usuários receberam pedidos de namoro**
- **49% dos usuários se sentem mais românticos**
- **95% dos usuários disseram que poderiam melhorar sua performance em esportes**
- **Fonte: Johnson & Johnson**



POR QUE ADAPTAR L.C.

- **Freqüência de compra de óculos 4,3 anos em média. Melhor hipótese 2,5 anos (ou 30 meses);**
- **Freqüência de compra de LC descartável. 90 dias ou 3 meses.**

Em 30 meses ele volta 10 vezes a sua loja;

“Sucesso do negócio Lentes de Contato não se mede em uma única venda, mas através do tempo”



PESQUISA UNICAMP

- **41,6% dos usuários de óculos mudariam para Lentes de Contato;**
- **0% dos usuários de Lentes de Contato mudaria para óculos.**



Ganho: Óculos X LC Descartáveis

Armação: Custo R\$ 75,00 Venda R\$ 225,00

- Lentes oftalm: Custo R\$ 25,00 Venda R\$ 75,00

Valor total do óculos: Custo R\$ 100,00 Venda R\$ 300,00

M. UP óculos: 3X

Margem óculos: 66%

LC desc. Troca mensal cx:

Custo R\$ 35,00 Venda R\$ 85,00

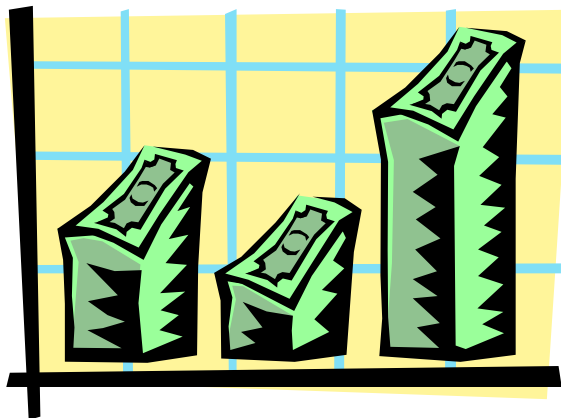
M. UP LC: 2,48

Margem LC: 41%

Ganho: Óculos X LC Descartáveis

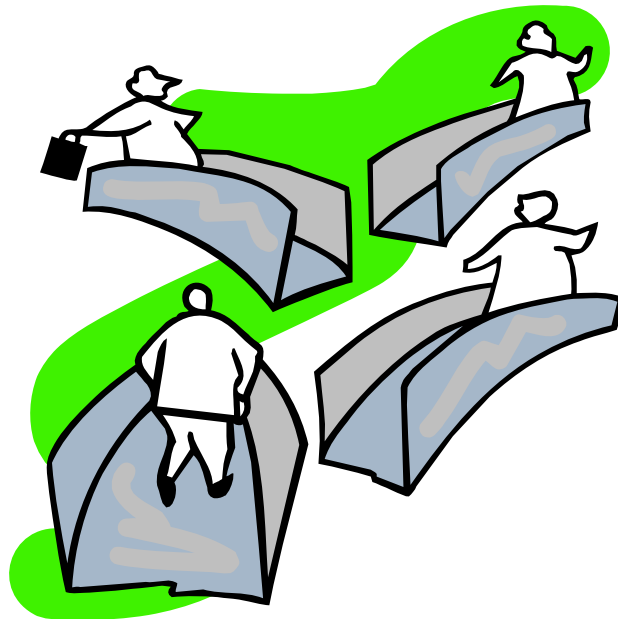
- Em 30 meses a óptica ganha R\$ 200,00 venda/cliente com o óculos.
- Em 30 meses a óptica ganha R\$ 500,00 venda/cliente com lentes descartáveis.

Ou seja, 60% a mais.



CONCLUSÃO

- Em 30 meses o cliente retorna 10 vezes para recompra em sua loja



GANHOS ADICIONAIS

As lentes de contato permitem as seguintes vendas adicionais:

- Óculos de sol
- Óculos RX reserva
- Produtos para manutenção das LC



PRODUTOS PARA MANUTENÇÃO

- Além das Lentes é necessário que a loja também tenha acessórios e produtos para manutenção;
- Informe sempre seu cliente sobre o esquema de uso e substituição das lentes;
- Forneça instruções para cuidados com a Lente.



**Maior retorno do cliente
a sua loja e maior
fidelidade**

MOBILIÁRIO

O negócio Lentes de Contato tem notável flexibilidade de formato, pois pode ser instalado em espaços reduzidos dentro da loja



MOBILIÁRIO



MOBILIÁRIO



CONTATTOLOGIA



REGRAS PARA SEU NEGÓCIO DE LENTES DE CONTATO

- Conheça seu cliente;
- Focalize sua loja para a especialidade;
- Ofereça teste grátis;
- Explique o custo / benefício;
- Reforce as vantagens / benefícios;
- Atualize-se sempre;
- Seja um profissional da visão

O QUE PODEMOS OFERECER AOS CLIENTES



O MELHOR CUSTO BENEFICIO



OUTRAS ADAPTAÇÕES
LENSES BI-CURVAS SOPER

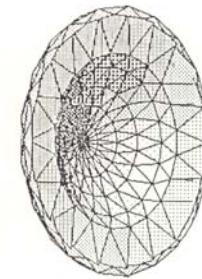
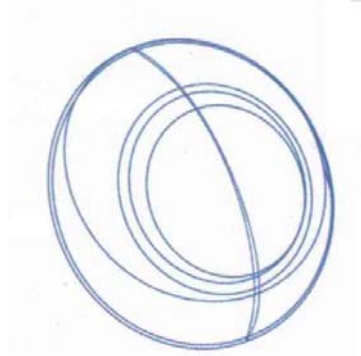


FIG. 1. SCHEMA INGRADITO AL COMPUTER DELLE SUPERFICI POSTERIORI DELLE LENTI. A: LENTE SOPER.



Focus[®] Progressives:
a última tecnologia óptica.

Visão de perto
Visão intermediária
Visão de longe

(Mag = 16,700)

A moderna tecnologia das curvas esféricas de FOCUS PROGRESSIVES oferece uma transição homogênea entre as zonas ópticas, proporcionando uma visão clara e ininterrupta.



LENTE DE CONTATO O MUNDO EM SUAS MÃOS



UM NOVO MODELO DE NEGÓCIOS
SOLUÇÕES VISUAIS

SOLUÇÕES VISUAIS



SOLUÇÕES VISUAIS



O que deve ser feito

Realize a anamnese de seu cliente:

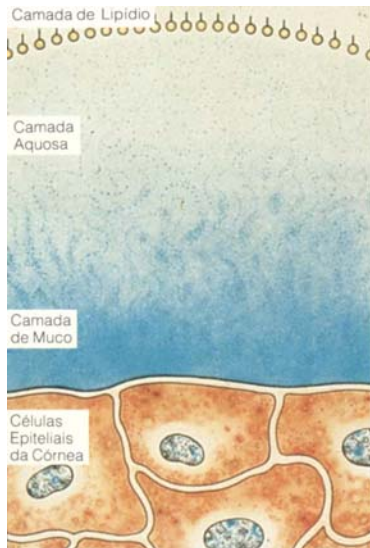
- Procurando saber sua real motivação para o uso de LC;
- Seu sucesso ou não, com LC anteriores;
- Suas necessidades profissionais;
- Seu lazer;
- Seu estilo de vida.

Desta forma você estará municiado de informações úteis para realizar a satisfação de seus clientes.

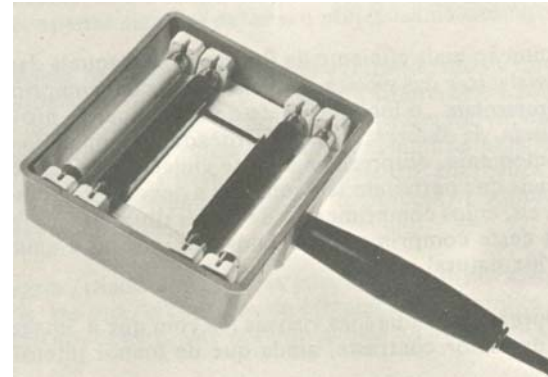
O que deve ser feito

SHIRMER

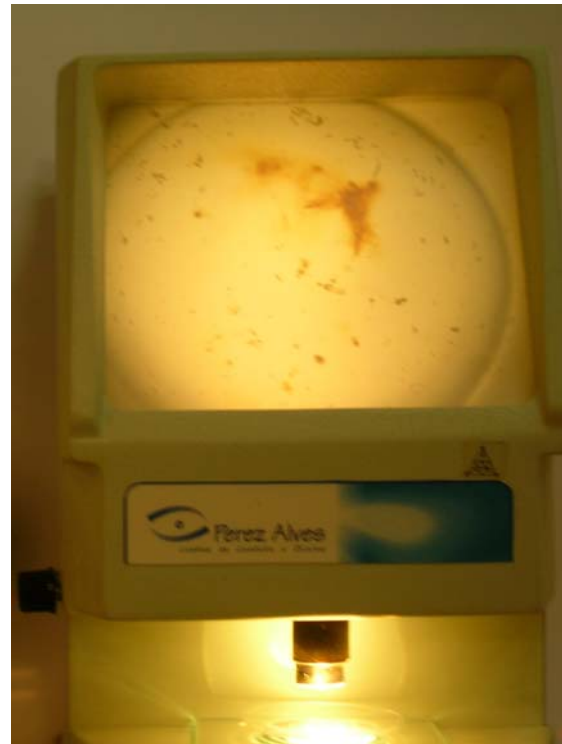
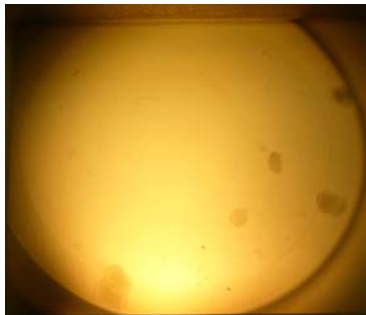
B.U.T



O que deve ser feito



O que deve ser feito



UM NOVO MODELO DE NEGÓCIOS

SOLUÇÕES VISUAIS

Ao escolher um profissional da visão, inconscientemente o cliente vira detetive em busca de evidências de competência, atenção e integridade.



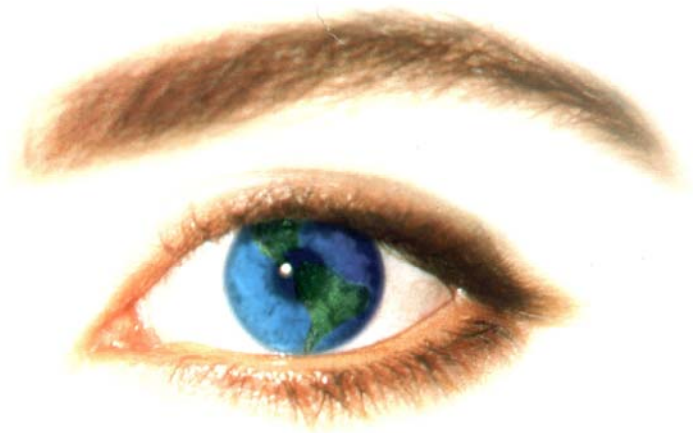
IDENTIFICANDO PONTOS DE QUALIDADE

- É muito difícil ao cliente julgar a qualidade do nosso produto ou serviço.

Portanto precisamos dar pistas dessas evidências.

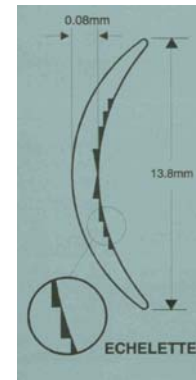
SOLUÇÕES VISUAIS

TRABALHAR COM TODOS OS TIPOS DE LENTES É PROPORCIONAR AO CLIENTE SOLUÇÕES REAIS PARA SUAS NECESSIDADES DE CORREÇÃO VISUAL.



SOLUÇÕES VISUAIS

- Lentes RGP – Esféricas, Tóricas, Multifocais, Soper, Asféricas, Multicurvas.
- Descartáveis – Esféricas, Tóricas, Multifocais, Asféricas, Coloridas, Terapeuticas.
- Troca anual – Esféricas, Tóricas, Multifocais, Coloridas, Estéticas, Oclusoras, Ceratocone, Profissionais, Terapeuticas.



LENTE DE CONTATO X VENDAS

- Vender é resultado de conhecimento técnico mais habilidade de relacionar-se com os clientes.



PISTAS PARA O CLIENTE

O cliente em 1º lugar

- Maneira de contratar e treinar equipe.
- Arquitetura de suas instalações.
- Forma de cuidar do cliente.
- Mostrar aos clientes evidências concretas e convincentes de seus pontos fortes e de seus valores.

GERENCIAMENTO DE EVIDÊNCIAS

O tratamento oferecido pelo profissional da visão e sua empresa deve ser em função do cliente e não da agenda da empresa.

Ex: Meu contatólogo liga para minha casa para saber como estou com minhas lentes novas.

O interesse do cliente é o único interesse a ser considerado.

GERENCIAMENTO DE EVIDÊNCIAS

- **Ambiente de trabalho.**
- **Uniforme.**

Nenhum passageiro de avião quer ver o piloto de camisa pólo.

O mesmo sente um cliente em relação ao contatólogo.

GERENCIAMENTO DE EVIDÊNCIAS

Garantir que funcionários e instalações ofereçam evidências uniformes de tal mensagem a clientela.



GERENCIAMENTO DE EVIDÊNCIAS

- ✓ Precisamos reinventar o nosso setor.
- É preciso surpreender o cliente com produtos e serviços fundamentalmente novos.
- A 3-M reinventou o “recado” com o Post-It.
- O Mc Donald’s reinventou o fast-food.
- A Johnson & Johnson reinventou a lente de contato.
- O Amplicon reinventou os cuidados com as lentes.

**É PRECISO, ENFIM MUDAR, ANTES QUE SEJA
TARDE**

Lentes de contato, um pequeno produto que é um grande negócio

- “As oportunidades nunca são perdidas; alguém vai aproveitar as que você perdeu”.

Willian Shakespeare

OBRIGADO

- perezalves@uol.com.br