

Uniendo  
ideas,  
creando  
sinergias.



Madrid  
4 al 6 de abril

# Business Optom

Domingo, 6 de abril ▶ 14:00 h a 15:00 h ▶ Sala N-111+ N-112

## ▼ ¿EXISTEN OPORTUNIDADES REALES DE CRECIMIENTO EN EL SECTOR ÓPTICO?

### Autor:

#### José Ramón Carrasco Rodríguez

Diplomado en Óptica por la Universidad Complutense de Madrid. Master en Dirección de Marketing y en Gestión Comercial por ESIC.



Más de 21 años de experiencia en el sector óptico como Optometrista, Director de Centro, Director de Área y Franquicias, Director de Proyectos, Consultor y Formador.

Autor del libro *Gestión Práctica de Establecimientos Ópticos* y de diferentes artículos profesionales en medios como *Gaceta Business*.

Actualmente, es formador y *Key Account Manager* para España de Sauflon Pharmaceuticals.

### OBJETIVO GENERAL

Mostrar que el equilibrio entre la profesionalidad técnico-sanitaria y la buena gestión comercial como único camino para encontrar oportunidades de crecimiento y éxito en el sector óptico.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Discutir la importancia de hacer una gestión comercial profesional y efectiva.
- Enseñar y demostrar algunas áreas del mercado con gran potencial de crecimiento a pesar de la crisis económica.
- El enfoque de cualquier negocio debe estar en el cliente, y para él debemos trabajar fabricantes/proveedores y Ópticos-Optometristas.

Hoy en día, ¿es suficiente con ser un gran Óptico-Optometrista para tener éxito en nuestro sector? La respuesta, por supuesto, es que no. En un mercado tan competitivo como el nuestro, la diferencia entre ópticas que tienen éxito y las que no, suele estar en

cómo conseguir un equilibrio entre una atención sanitaria de calidad y una gestión comercial eficiente.

No vendemos productos, vendemos servicios y salud visual, y por tanto, no podemos quedarnos en cubrir las necesidades de nuestros clientes/pacientes. Debemos gestionar también sus motivaciones y estilo de vida. Conseguir que la visita a su óptico, sea una experiencia agradable y positiva.

Los ópticos debemos adaptarnos, y si podemos, "adelantarnos" a los cambios en los hábitos de consumo de nuestros clientes. Vivimos en un mundo cambiante, y como en la naturaleza, no sobreviven los más fuertes, sino, lo que saben adaptarse mejor a los cambios del entorno.

Existen todavía grandes "nichos" de mercado por explorar y explotar. En esta presentación haremos un sencillo análisis para ver algunos ejemplos.

Hay también otras habilidades y conocimientos que debemos trabajar todos los profesionales, las técnicas de venta, la gestión eficiente de las compras y el producto, el merchandising, el uso de indicadores de

## ▼ ¿EXISTEN OPORTUNIDADES REALES DE CRECIMIENTO EN EL SECTOR ÓPTICO?

gestión que nos ayuden a seguir la dirección adecuada, la gestión de los equipos, la formación continuada, la gestión promocional rentable, las oportunidades del marketing digital y las redes sociales...

En este mercado, debemos trabajar todos en la misma dirección, por el bien y la salud del sector. Las relaciones entre los fabricantes/proveedores y los ópticos deben buscar un enfoque de “socios” o *partner*, donde todos trabajen para aumentar el valor añadido y percibido para el cliente que nos ayude a hacer crecer el mercado de nuevo.