

## CURSO MONOGRÁFICO

VIERNES 8 DE ABRIL > Sala N-102

16:00-17:00

### ► Cómo aumentar las ventas de lentes de contacto.

#### SARAH MORGAN



Es optometrista y asesora de desarrollo profesional. Ha trabajado en una gran variedad de consultas independientes, lo que le ha llevado a su pasión por la enseñanza práctica. Actualmente enseña la licenciatura como miembro del departamento de Ciencias de la visión en la Universidad de Mánchester.

Es experta en el área de comunicación efectiva con el pacien-

te, ha enseñado a cientos de empleados de establecimientos ópticos, optometristas y compañeros del sector. Autora del libro, 'La asistente optométrica completa', una guía de ayuda útil, con información esencial para empleados del sector.

Ha impartido muchas conferencias en Europa, Norteamérica, Sudáfrica, Australia y Nueva Zelanda. Es miembro de la Academia Americana de Optometría y también miembro del consejo y agente de relaciones públicas de la Asociación Británica de Contactología.

#### OBJETIVO GENERAL

Esta presentación cuestiona el enfoque actual sobre la promoción de lentes de contacto en la práctica.

#### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Revisar los datos sobre el efecto del uso de lentes de contacto para ayudar a la selección y venta de monturas de gafas.
- Cuestionar cómo las lentes de contacto se ofrecen en la actualidad a los posibles usuarios.
- Considerar cómo comunicar mejor el tipo de lente de contacto.

#### RESUMEN

¿Estás desanimado ante el número de posibles nuevos usuarios que aceptan tu oferta para probar lentes de contacto? Al hablar sobre lentes de contacto con pacientes que son adecuados para probarlas nos encontramos con frecuencia con objeciones. No sólo el paciente teme la sensación de llevarlas, sino que también llevan sus miedos a las complejidades de lo desconocido de lo que podría implicar llevar y manipular lentes de contacto. Esta mentalidad negativa es a menudo suficiente para que la mayoría de pacientes rechace la oferta de probar lentes de contacto y sigan usando únicamente gafas. Un estudio para la mejora de la estrategia a la hora de seleccionar compensación óptica llamado EASE, por sus siglas en inglés, reveló que está indicado un enfoque diferente, si queremos que la mayoría de los pacientes acepten probar lentes de contacto. Esta

presentación revisa los resultados del estudio y explora cómo aplicar mejor este enfoque en la práctica.

Puede que las lentes de contacto sean la razón principal para asistir a un examen visual, aunque para la mayoría de posibles usuarios, este no es el caso. Para algunos el interés en el uso de lentes de contacto puede venir de observar a un amigo o a algún familiar, mientras que para otros, viene por las limitaciones experimentadas al llevar gafas. Algunos nuevos usuarios eligen lentes de contacto por razones puramente estéticas, tal vez por algún próximo evento importante para el que desean verse bien y sin gafas.

El conocimiento sobre los tipos de lentes de contacto es bajo entre el público en general. Lo que uno pueda sentir al llevar lentes de contacto está influenciado por miedo, mitos y conceptos erróneos. Por lo tanto, es importante que el óptico-optometrista se dé cuenta de esta mentalidad general y que tome un enfoque más centrado en el paciente a la hora de presentarle las lentes de contacto. Se debe proporcionar un cuidado especial durante los primeros 60 días para minimizar las posibilidades de abandono. Un seguimiento continuo ayuda a que los usuarios se actualicen a los nuevos productos disponibles como también a promocionar el uso y cuidado adecuados. La atención a la optimización del confort es esencial si se quiere incrementar la cartera de usuarios de lentes de contacto año tras año. La conferencia inspirará al menos una gran idea nueva, la de aumentar y mejorar el éxito continuo y a largo plazo con tus usuarios de lentes de contacto.