

# businessoptom

Sala N-111 + N-112

*Viernes, 4 de abril* → De 16:00 a 17:00 h.

## ▼ EL DISEÑO DEL ESPACIO COMO CLAVE DEL ÉXITO

El espacio es una de las claves que pueden influir en el éxito o fracaso de una buena idea de negocio. El diseño del espacio, tanto si funciona como un workspace que define el entorno y las dinámicas de trabajo, como si se trata de un espacio dedicado al comercio y venta de un producto o servicio, es fundamental en el desarrollo y consolidación de la marca. La creciente sofisticación en la oferta de productos y servicios, tendencia a la que no es ajeno el sector de la óptica y optometría, hace que el cliente demande un nuevo modelo de espacio comercial y de venta. La rápida evolución de la tecnología, la accesibilidad a la información, y las diferentes variables para una decisión de compra, hacen que los productos y servicios ofertados no puedan seguir bajo los esquemas y puntos de vista que se venían utilizando hasta hoy. Las reglas han cambiado. El concepto de diseño de los nuevos espacios comerciales se orienta a mejorar la experiencia de los clientes con la marca, ayudándoles a resolver sus necesidades y deseos. ¿Está el sector preparado para el cambio?



**Miguel Angel García Alonso**

*Arquitecto con más de veinte años de experiencia en la ejecución, gestión y dirección de proyectos para grandes cuentas. Entre sus proyectos recientes destacan los Espacios Movistar Fusión o la emblemática Telefónica Flagship Store (2.000 m<sup>2</sup>) en la sede de la Gran Vía de Madrid.*

*Sábado, 5 de abril* → De 16:00 a 17:00 h.

## ▼ REFLEXIONES DESPUÉS DE 6.000 KILÓMETROS VISITANDO ÓPTICAS

En el año 2010 realicé un estudio de mercado que indicaba que para los consumidores, las diferencias de posicionamiento de las ópticas españolas eran prácticamente inexistentes. Desde entonces la idea de visitar ópticas situadas en otros países de nuestro entorno me resultaba tentadora. El pasado verano tomé esta idea como excusa para subir a una moto y recorrer parte de Francia, Inglaterra, Países Bajos y Alemania, visitando algunas de las ópticas de estos países y analizando diferentes aspectos críticos para este negocio. En esta presentación expondré aquello que me pareció interesante y que considero una oportunidad de mejora y trataré algunos de los temas a los que creo que se debe prestar atención.

Además durante la conferencia, cada asistente podrá realizar un instructivo test que le ayudará a analizar su propia práctica profesional y que le permitirá determinar sus principales puntos de mejora.



**Jesús Alonso Martínez**

*Graduado en Óptica y Optometría, Máster en Ciencias y Máster en Dirección y Administración de Empresas. Director y consultor de Marketing & Business Tools, consultora especializada en el sector óptico.*

*Domingo, 6 de abril* → De 14:00 a 15:00 h.

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

Hoy en día, ¿es suficiente con ser un gran óptico-optometrista para tener éxito en nuestro sector? La respuesta, por supuesto, es 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-optometrista, sea una experiencia agradable y positiva.

Los ópticos-optometristas debemos adaptarnos, y si podemos, “adelantarnos” a los cambios en los hábitos de consumo de nuestros clientes. Existen todavía grandes “nichos” de mercado por explorar y explotar. En esta presentación haremos un sencillo análisis para ver algunos ejemplos.



**José R. Carrasco Rodríguez**

*Diplomado en Óptica por la UCM. Máster en Dirección de Marketing y en Gestión Comercial por ESIC. Más de 21 años de experiencia en el sector óptico y autor del libro “Gestión Práctica de Establecimientos Ópticos”.*