

Współpraca salonu optycznego ze sklepem internetowym?

Czy to możliwe?

WOJCIECH KYCIAK
prezes zarządu, Bezokularow.pl

Nazywam się Wojciech Kyciak. Od ponad 10 lat sprzedaję soczewki kontaktowe w internecie m.in. pod marką Bezokularow.pl. Przez ten czas staliśmy się jedną z czołowych firm na rynku soczewek kontaktowych w Polsce. Od samego początku w tym biznesie słyszałem zarzuty ze strony salonów optycznych, że bazujemy na ich pracy i w gruncie rzeczy jesteśmy pasożytami. Jest w tym z pewnością trochę prawdy, ale czy nie warto odwrócić tej tendencji i podejść do problemu bardziej pragmatycznie i biznesowo?

Salony optyczne i specjaliści w nich zatrudnieni (optometryści, okuliści) dostarczają na rynek nowych użytkowników soczewek, którzy często zaopatrują się później w internecie. To sprawia, że branża optyczna od wielu lat odwraca się od soczewek jako produktu.

Kolejny problem jaki dostrzegam to niestety często brak szacunku ze strony pacjentów do pracy poświęconej przez specjalistę. Jak wszyscy doskonale wiecie pacjent, któremu aplikujemy soczewki wymaga większej uwagi i czasu poświęconego w gabinecie niż klient zainteresowany okularami. Profesjonalny dobór soczewek kontaktowych to często kilka dodatkowych spotkań z pacjentem. Niejednokrotnie koszt takiej usługi to mniej niż 100 zł. Czy nie za niskie cenimy się? Myślę, że wszyscy zgodzimy się, że cena za aplikację soczewek powinna być wyższa niż jest dzisiaj. Niestety sami sobie na to zapracowaliśmy.

Proponuję odrzucić na chwilę sentymenty i podejść do problemu biznesowo. Nam jak każdej firmie soczewkowej zależy, aby rynek soczewek kontaktowych rósł. Optykom z kolei powinno zależeć na tym, żeby ich biznes wyciągał maksimum swoich możliwości.

Weźmy jako przykład sytuację, w której salon optyczny to biznes rodzinny, gdzie jeden z członków jest optykiem, a druga osoba optometrystą. Mąż i żona, czy ojciec z synem prowadzący wspólnie ten biznes to chyba nie tak rzadka sytuacja. Jeśli gabinet pracuje lub może pracować 40 godzin tygodniowo, a salon zapełnia go np. tylko w połowie, to sprawia, że jesteśmy nieefektywni i moglibyśmy zarobić więcej. W takiej sytuacji każdą wolną godzinę w gabinecie należy traktować jako stratę pieniędzy.

Warto przeanalizować poniższą tabelę, aby upewnić się ile pieniędzy można dodatkowo zarobić.

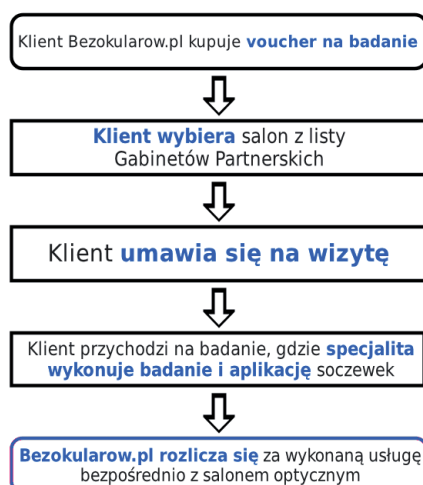
Tabela nr 1. Utrata dochodu salonu optycznego ze względu na niewykorzystane zasoby w gabinecie.

Ilość wolnych godzin w gabinecie miesięcznie	Ile salon optyczny traci w skali miesiąca?*
10	1000 zł
40	4000 zł
100	10000 zł

*Stawka godzinowa w powyższej symulacji uwzględnia 100 zł za godzinę pracy specjalisty.

I w tym momencie pojawia się my. Naszą propozycją dla salonów optycznych jest doprowadzić dodatkowych pacjentów do gabinetu i zapłacić godziwie za profesjonalnie wykonaną usługę aplikacji soczewek kontaktowych. Schemat współpracy jest bardzo prosty: chcemy kojarzyć osoby zainteresowane soczewkami kontaktowymi z salonami optycznymi, które chcą pozyskać dodatkowe źródło przychodu. Dostarczamy pacjenta, salon optyczny go bada w ustalonym przez siebie terminie, a my za to płacimy. Dokładny model jest zaprezentowany na grafice.

Grafika nr 1. Schemat współpracy z salonem optycznym.



Czy odbierzemy Wam klientów?

Oczywiście nie, chcemy dostarczyć nowych. Według różnych szacunków na polskim rynku jest około 800 tys. użytkowników soczewek, a aż 2 miliony osób, które dzisiaj soczewek nie noszą rozważają to. Chcemy skojarzyć te osoby z profesjonalnym salonem i wynagrodzić za to salon optyczny.

Dla kogo ta propozycja?

Przed wszystkim dla tych salonów, które mają niewykorzystane zasoby w swoich gabinetach. Jeśli na zapis w Twoim gabinecie trzeba czekać tygodniami, to pozostaje mi pogratulować świetnej kondycji biznesu, ale jeśli tak nie jest to chętnie zapełnimy te luki pacjentami doprowadzanymi przez nas. Podobnie, jeśli zatrudniasz specjalistów z zewnątrz płacąc im od pacjenta, bądź na godziny to nie będzie nam po drodze, ale jeśli wszystko „zostaje w rodzinie”, to dlaczego nie sprawić sobie dodatkowego źródła przychodu? Co więcej, chętnie pomożemy w profesjonalnej obsłudze pacjentów dostarczając soczewki próbne, czy oferując zainteresowanym szkolenia z zakresu aplikacji soczewek.

Gdzie w tym interes dla mojej firmy? Po pierwsze pomagamy rynkowi rosnąć, a po drugie chcemy tym pacjentom sprzedawać soczewki. Salon optyczny jest w tym przypadku usługodawcą, którego godziwie wynagradzamy. Warto wspomnieć, że na rynku niemieckim wspomniany model jest czymś bardzo powszechnym i blisko tysięcy salonów optycznych współpracuje z firmami internetowymi. Kończąc, wierzę, że również w Polsce będziemy w stanie tak pragmatycznie podejść do współpracy!

Zapraszamy!

Wszystkich chętnych i zaciekawionych zapraszamy do kontaktu pod adresem mailowym malinowska@bezokularow.pl lub telefonicznie **505 388 582**.