



A.I.O.C. ETS

n.2-2022

Speciale MIDO 2022

RIVISTA DI
CONTATTOLOGIA
E OPTOMETRIA

Direttore responsabile

Giuliano Bruni

Comitato di redazione

Gianfranco Fabbri,

Maurizio Fabbri,

Sergio Prezzi,

Stefano Brandi,

Alessia Baldinotti,

Bruno Bottacin,

Nicola Nicotera,

Tony Rapisarda,

Gianni Pampaloni.

Comitato Scientifico

Angelo Del Grosso,

GianFranco Guerra,

Luca Baldassari,

Tiziano Gottardini,

Alfredo Mannucci.

Collaborazione

Angela Finardi

Segreteria di redazione e
pubblicità

Anastassia Nazarova

e-mail: aiocitalia@gmail.com

Stampa

Litografia I.P. srl- Firenze

Numero finito di stampare

24/03/2022

Registrazione Tribunale di

Firenze n.2944 in data 5.6.1981

*La responsabilità per il
contenuto degli articoli ricade
unicamente sugli autori*

Davide contro Golia

Il mercato è sempre più globalizzato. Il commercio online – grazie alla pandemia - è aumentato vertiginosamente con avventori che acquistano a prezzi improponibili, specialmente per le confezioni di lenti a contatto monouso. Non è solo l'acquisto "online" ad abbassare i prezzi ma anche certe catene che propongono prezzi per noi improponibili. Non si tiene più in considerazione l'importanza della prima applicazione, dei necessari controlli o dei vari tipi di materiali ma si tende invece a preferire l'acquisto delle lenti attraverso canali diversi dal negozio di ottica escludendo una opportuna valutazione optometrica. Spesso alla domanda " Che lenti indossa?" la risposta è "Le compro dove capita tanto una vale l'altra".

Siamo di fronte ad uno svilimento della nostra professione o almeno così sembra.

Fortunatamente ci sono tanti clienti fidelizzati che credono in noi.

Il nostro consumatore è sempre più esposto agli "influencer", alla stampa, alla tv, ai social; è sommerso da sconti e promozioni selvagge che lo rendono sempre più confuso e diffidente nei nostri confronti fino a richiedere più di un preventivo sia per occhiali che per lenti a contatto. E' arduo far capire la differenza di prodotti di alta qualità soprattutto quando si trova lo stesso prodotto di marca, in particolare nella contattologia, a prezzi molto più bassi.

Detto questo come fa un ottico indipendente a competere con queste grandi multinazionali ? o con la rete internet ?

E' necessario attuare altre strategie.

Voglio usare la metafora del racconto biblico di Davide contro Golia, rappresentato, nel nostro caso, rispettivamente dall' ottico indipendente e le grandi multinazionali in rete e non .

Inaspettatamente Davide uccide con una semplice fionda il gigante filisteo: Golia. Questa metafora fa capire che mai niente è perduto e che una situazione sfavorevole può diventare anche favorevole grazie a nuove forme di comportamento o di creatività. Anche un piccolo ottico indipendente può competere con il gigante Golia.

Riflettiamo sul fatto di come sia possibile che certi negozi , non necessariamente grandi come catene importanti, abbiano una vasta clientela .

La risposta più semplice è che spesso sono negozi storici, considerati di famiglia, con cui si crea un legame di stima e fiducia e soprattutto, che lavorano in modo altamente professionale.

La fiducia però è soggetta a cambiamenti, soprattutto in momenti come questi, dove spesso è il prezzo che porta a scegliere l'ottico senza contare altre concause come la disoccupazione ed il decremento, non più competitivo, rispetto alle spese quotidiane di oggi.

Il problema non si risolve abbassandosi a fantasticare sul prezzo, non ce la potremmo mai fare. E allora? Perseveriamo o rinunciamo a questa impari lotta ? Gran parte della relazione durante una vendita si basa sulla fiducia e quindi sulle aspettative che da questa ne conseguono .

Il cliente vuole sentirsi come un membro della famiglia, vuole essere rassicurato, entra nel negozio dove sa di poter trovare persone a lui familiari e che ritiene che non possano ingannarlo. Quando entra nutre delle forti aspettative, vuole risolvere il suo problema e lì sa di poter trovare la risposta adeguata. Un cliente non soddisfatto ha un effetto boomerang, può innescare una forte catena di sfiducia nei confronti del professionista. Il detto "Il cliente ha sempre ragione" è difficile da accettare ma è una massima efficace e oggi più che mai attuale. Ricordiamocela sempre, soprattutto con i clienti fidelizzati, di lunga data, diciamo di "famiglia" . So che a volte è difficile ma dobbiamo provarci per non spezzare questa modalità rafforzata nel tempo. Una aspettativa non concretizzata si può trasformare da funzionale a disfunzionale e quindi una barriera nella relazione comunicativa e commerciale. Guai a togliere queste aspettative consolidate che rinforzano l'attaccamento all'ottico indipendente!

L'ottico è considerato "come un medico" che propone la migliore medicina per il suo paziente, che lo conosce e lo consiglia al meglio per risolvere il suo problema in questo caso visivo.

La nostra Accademia si schiera dalla parte dei veri professionisti dell' ottica e cerca sempre di trovare strategie per avvalorare la professione dell' ottico.

Ho il piacere di comunicarvi che il nostro comitato scientifico ha dato il nulla osta, dopo attente valutazioni alle lenti a contatto "Visionaria", ritenendole un prodotto adatto alle nostre esigenze professionali. Queste lenti sono state testate e approvate dall' Accademia Italiana Optometristi Contattologi. Questo fa sì che solo nei negozi dei nostri soci AIOC si possa trovare questo tipo di prodotto. Il Consiglio Direttivo ritiene che questo sia un modo per differenziarci ancora di più in questo "mare magnum". Questa lente diventerà la nostra "fionda".

Buona lettura , Giuliano Bruni

22



Convegno Nazionale A.I.O.C.

*"Analisi della visione
binoculare."*

25/26 Settembre

2022

FIRENZE





Per Ordini ed Info entrare nel sito www.ogmitalia.it e registrarsi.

Dopo l'approvazione dell'Accademia si potrà accedere agli ordini. Per qualsiasi chiarimento Tel: 055280161 o WhatsApp: 3392387601

- **“Ortocheratologia: indispensabile per il Controllo della Miopia; Casi pratici e analisi dei risultati”**

Relatore Gianfranco Guerra

L'Webinar presenta un approccio molto pratico di come partire nella gestione della miopia con questa tecnica di correzione, che si è mostrata molto efficace nel contenimento del difetto visivo, tanto che l'ottico ed optometrista che voglia arricchire le sue proposte e servizi professionali con la Gestione Miopica deve inserire nel suo bagaglio tecnico questo metodo: il corso mostra in pratica come iniziare, condurre e completare questa potente tecnica di trattamento del difetto miopico, ai tre livelli possibili, in cui ogni professionista trova il più adatto.

Ogni webinar prevede il rilascio dell'attestato di partecipazione e la fornitura dei materiali didattici utilizzati.

Vieni a trovarci al MIDO 2022 Padiglione/Hall 15 Stand A 22

La formazione “Pillole di Optometria” continua online...

- **“Il controllo della progressione miopica attraverso la prescrizione di lenti oftalmiche”**

Relatore Luca Baldassari

Esistono diversi modi per controllare la progressione miopica, Ortocheratologia, Visual Training Optometrico, programmi di igiene visiva, ambientale e comportamentale ma la prescrizione di lenti oftalmiche rappresenta una strategia di elezione per gli Ottici e gli Optometristi.

Ovvio che per raffinare ogni tecnica servono esperienza ed una conoscenza profonda del Sistema Visivo e dei metodi analitici che lo riguardano ma questo breve Webinar è stato ottimizzato per fornire tutte le conoscenze di base per poter prescrivere lenti progressive alla maggior parte dei bambini e adolescenti in progressione miopica.

- **“Analisi del film lacrimali nella pratica clinica contattologica”**

Relatore Tony Rapisarda

Considerato che appena applicata la lente a contatto viene bagnata dal film lacrimale, risulta di fondamentale importanza eseguire accuratamente una serie di valutazioni su di esso.

Questo corso ha la funzione di dare delle indicazioni sui più comuni test per valutare la capacità del film lacrimale di mantenere la propria integrità in presenza della lente che è un prerequisito fondamentale per l'utilizzo delle lenti a contatto. Dalla esperienza sappiamo che esistono difetti legati all'interfaccia lente/ film lacrimale, tali difetti sono indubbiamente le ragioni comuni dell'insuccesso nell'uso delle lenti a contatto.

La valutazione del film lacrimale deve essere eseguita con un'invasione minima della struttura ed è preferibile impiegare tecniche non invasive ove possibile.

I sintomi, non solo i segni, costituiscono un aspetto importante di una valutazione complessiva del film lacrimale.

Per rimanere aggiornato consulta il nostro sito
WWW.AIOCITALIA.COM

smartlux[®] DIGITAL

Nuova smartlux DIGITAL
... l'evoluzione

L'elegante lente per una visione brillante. In qualunque posizione, a portata di mano. Grazie allo schermo anti-riflesso da 5" la lente elettronica offre le immagini migliori. Il piedino regolabile permette di tenerla comodamente in mano, di appoggiarla o di posizionarla per agevolare la scrittura.



- Utilizzo facile ed ergonomico, design sottile
- Supporto per la lettura
- Supporto per la scrittura
- Alto range di ingrandimento, immagini extra nitide, facile utilizzo
- Ingrandimento minimo 3x / grande campo visivo 35mm
- Ingrandimento massimo 15x / immagini estremamente nitide
- Illuminazione ottimale / alto contrasto
- Display LC da 5 pollici (127 mm), senza riflessi, colori reali
- Illuminazione personalizzabile e regolabile con 2 LEDs
- Accesso diretto personalizzabile a 14 coppie di colori di contrasto
- E, in più:
- Accesso diretto al menù funzioni
- Riga di lettura regolabile
- Scatta e archivia le foto in full-HD (8GB memoria)
- Ricarica o trasferimento dei dati via USB-C connection
- Trasferimento visione su uno schermo esterno con HDMI-Out (cavo accessorio)

ESCHENBACH

Eschenbach Optik s.r.l. • Via C. Colombo 10, 20066 Melzo (MI) Italy
tel +39 02 9573 7689 • fax +39 02 9573 7706
www.eschenbach-optik.it • mail@eschenbach-optik.it
seguici su   Eschenbach Optik Italia