

BRILLEN RICHTIG SERVIEREN

AUGENOPTIK LEICHT GEMACHT

„NICHTS IST SO GUT, DASS MAN ES NICHT NOCH BESSER MACHEN KÖNNTE“ WEISS DER VOLKSMUND. IN EINER NEUEN SERIE ZEIGT EYEBIZZ SOLCHE ABLÄUFE IM AUGENOPTIKERBETRIEB AUF - NICHT THEORETISCH, SONDERN AUF DER BASIS PRAKTISCHER ERFAHRUNGEN. DEN ANFANG MACHT DAS ÜBLICHE ENDE: DIE BRILLENABGABE

NICHT NUR BEI GESCHENKEN gilt, dass die Verpackung eine große Rolle spielt; auch die Brillenabgabe beim Augenoptiker kann man entweder form- und farblos hinter sich bringen - oder man kann sie inszenieren wie ein Geschenk.

Werden seine Erwartungen erfüllt, werden sie gar übertroffen oder wird er enttäuscht sein?

Nur wenige Augenoptiker machen sich überhaupt keine Gedanken über die Brillenabgabe; fast jeder hat da so sein „Konzept“, das sich mehr oder weniger bewährt hat. Manche würden das Ganze aber auch gerne besser machen. Nur: Wie?

Führen wir uns zunächst die gängigen „Abgabemodelle“ vor Augen. Da gibt es beispielsweise Abgabekästen aus Papier, die von namhaften Glasherstellern meist kostenlos zur Verfügung gestellt werden. In diese kommt die Brille und alles, was für das

sind - ganz zu schweigen von Kaffeeflecken und Brötchenkrümel. Auch das ist alles andere als optimal.

Schließlich gibt es noch die ungemein praktischen, stapelbaren Kunststoff-Kästen mit dem Einschub für ein Kärtchen mit dem Kundennamen. Auch hier sind Schleifwasserspuren und Frühstückskrümel beinahe garantiert - und stehen in krassem Gegensatz zu dem, was der Kunde eigentlich erwartet: Ein modisches und hochwertiges High-Tech-Produkt.

Was erwarten wir selbst, wenn wir als Kunde für viel Geld ein Produkt erwerben?

Manchmal hilft es, sich an die eigene Nase zu fassen: Was erwarten wir selbst, wenn wir als Kunde für viel Geld ein Produkt erwerben? Genügt uns da die einfache, sachliche Aushändigung mit einem „Danke noch mal und Tschüss“ oder erwarten wir



Wie soll der erste Eindruck sein, den der Kunde von seiner neuen Brille bekommt - so...



...oder so...



...oder so...

Nehmen wir den Normalfall: Ein Kunde hat eine Brille in Auftrag gegeben und freut sich seit Tagen auf ihre Abholung. Er ist gespannt darauf, wie er mit der neuen Brille sehen wird, wie sie bei Familie und Freunden ankommt und nicht zuletzt, ob er für sein Geld auch den entsprechenden Gegenwert erhält. Beim Verkaufsgespräch haben wir ihm schließlich vollmundig versprochen, was die neuen Gläser und die neue Fassung leisten.

Der Moment der Übergabe hat also durchaus eine Bedeutung für Ihren Kunden. Auch wenn eine Brillenabgabe für Sie etwas Alltägliches ist - für den Kunden ist sie etwas Seltenes und damit Besonderes.

Beratungsgespräch, die Werkstattarbeit oder die Bestellung wichtig war. Und aus dieser „Wundertüte“, die nach ihrer „Reise“ durch diverse Kartekästen und die Werkstatt meist nicht mehr sehr taufrisch aussieht, zaubert man dann die Brille, um sie seinem Kunden erstmals aufzusetzen. Das ist - vorsichtig ausgedrückt - „suboptimal“.

Die nächste Ausbaustufe ist eine Klar-sichtplastiktasche, in der ebenfalls alle notwendigen Unterlagen und Utensilien bis hin zu leeren Glastüten zu finden sind. Ebenso heimisch in solchen Behältnissen sind hin und wieder Notizen auf Zetteln oder Werkstattaufträgen, die nicht unbedingt für das Auge des Kunden gedacht

nicht auch einen angemessenen Rahmen, der zu Produkt und Preis passt?

Denken Sie nur an die Auslieferung Ihres neuen Autos: Vom Blumenstrauß für die Ehefrau bis zur Kinderbetreuung und Werksbesichtigung mit Speisen und Getränken ist da alles am Start, was Kundenbindung schafft und die Vorfreude auf das erworbene Produkt verstärkt. Überdies vermittelt uns das die Wertschätzung des Unternehmens, bei dem wir das Auto gekauft haben und schafft Vertrauen in die künftige Geschäftsbeziehung nach der Devise „Wenn die mich hier so hofieren, dann haben sie mein Auto bei der Herstellung und Überführung genau so sorgsam behandelt.“

Für den Brillenkunden ist das nicht viel anders; deshalb lohnen sich alle Überlegungen, wie der Moment der Brillenabgabe zu einem Erlebnis für ihn werden kann und welche Form der Brillenpräsentation am besten geeignet ist.

Eine optimale Brillenabgabe hat durchaus etwas mit dem Service in einem guten Restaurant zu tun und kann deshalb auch entsprechend „zelebriert“ werden

Ein festes Etui gehört heute fast zum Standard. Von den meisten Markenherstellern wird es gleich mit der Brille ausgeliefert und als Werbeträger genutzt. Fortschrittliche Augenoptiker tauschen diesen Werbeträger gegen ein Etui aus dem eigenen Hause mit dem eigenen Firmenaufdruck aus. Ganz wenige verkaufen diese Etuis oder geben sie als Naturalrabatt, falls der Kunde nach einem Nachlass fragt. Wer hier allerdings ein hochwertiges Markenetui gegen ein billiges Kunstlederetui tauscht, tut sich und seiner eigenen Marke

nichts Gutes – dieses lappige, billig aussehende Ding mit seinem Namen darauf wird die Brille lange begleiten und kaum ein gutes Licht auf den „Absender“ werfen. Das Gleiche gilt für das Putz-

Seien wir ehrlich: Ein solcher Eindruck ist doch viel besser als der landläufig übliche, bei der während der Anpassung häufig eine zerknitterte Brillentüte, die Rechnung, eine Werkstattkarte und das sonstige Allerlei auf dem Tisch landen und die Frage aufwerfen, was die vielen Zettel, Randnotizen, Zahlen und Kaffeeflecken zu bedeuten haben, die hier Zeugnis von der Entstehung der Brille ablegen. Ist da wirklich sorgfältig gearbeitet worden?

Eine ungleich bessere Variante ist das geschlossene Behältnis zum Servieren der Brille. Aus edlem Holz und mit zwei Türen zum Aufklappen beispielsweise. Und natürlich mit einem Einschub für die Rechnung und den Brillenpass. Solche Boxen sind allerdings sehr teuer; meist würde man also nur wenige kaufen - mit dem Nachteil, dass die Brille beim Erscheinen des Kunden erst dorthin umgepackt werden muss. Die daraus resultierende kleine Wartephase ist nicht optimal; möglicherweise fragt sich der Kunde „Ist mit meiner Brille etwas nicht in Ordnung?“ oder „Ist die Brille etwa noch gar nicht fertig?“ oder „Was machen die da

Eine geglückte Version eines „Brillenabgabe-Präsentations-Zelebrier- und Kunden-Beeindruckungsbehältnisses“ fanden wir nirgends

denn jetzt noch an meiner Brille? Die schau ich mir besser genauer an, bevor ich die Kohle über den Ladentisch schiebe!“

All diese Erfahrungen aus Seminaren und unzähligen Kollegengesprächen haben wir gesammelt und die Anforderungen, Bedürfnisse und Befindlichkeiten von Kunden



...oder so...

Auch die Verpackung ganz am Ende ist von großer Bedeutung.

tuch: Es sollte wirklich ein hochwertiges Microfaser-Tuch sein und nicht nur ein briefmarkengroßes Billig-Läppchen.

Eine optimale Brillenabgabe hat durchaus etwas mit dem Service in einem guten Restaurant zu tun und kann deshalb auch entsprechend „zelebriert“ werden. Zum Beispiel mit Hilfe eines speziellen Tablett, auf dem die Brille „angerichtet“ und dann samt Etui und Mikrofasertuch zum Kunden getragen wird. Es gibt sogar Kollegen, die dafür Silbertabletts verwenden, eine Flasche Sekt aufmachen oder die Brille mit weißen Handschuhen anpassen und übergeben. Führende Juweliere tun das seit Jahrzehnten.



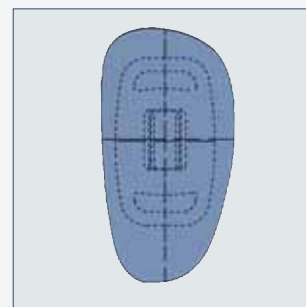
[...] alles praktisch.



Arbeitskästen ab 2,⁹⁹ €



Schraubendrehersatz Dart im Holzblock 21,⁹⁰ €



EcoPads 100 Paar 16,⁵⁰ €

Ziegeleistraße 18-24
D-75417 Mühlacker
Telefon: +49 (0) 70 41/884-111
Telefax: +49 (0) 70 41/16-159
equipment@mailshop.de
www.mailshop.de

Der angegebene Preis ist pro Stück zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer und Versand. Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen der MailShop GmbH Augenoptik.

auf eine Lösung fokussiert. Am Ende lautet das Anforderungsprofil: Wir brauchen ein repräsentatives Behältnis, das sich zum einen eignet, nach der Fertigung der Brille als Aufbewahrungsort bis zur Abgabe zu dienen und zum anderen die Wertigkeit von Material und Dienstleistung sowie die Kompetenz der Ausführenden transportiert. Zur leichten Auffindbarkeit des Auftrages muss der Kundename an jeder Box sichtbar sein. Da heute jeder Kunde sowieso einen Brillenpass bekommt, eignet sich dieser hervorragend zur Personalisierung dieser Abgabeböden. Die Unterlagen und Utensilien, die der Kunde nicht unbedingt zu Gesicht bekommen muss, sollten unsichtbar verstaut werden können und dennoch sofort griffbereit sein. Und natürlich muss eine solche Box stapelbar sein und ansprechend und wertvoll aussehen.

Eine solche geglückte Version eines „Brillenabgabe-Präsentations-Zelebrier- und Kunden-Beeindruckungsbehältnisses“ fanden wir

Es ist eine Freude zu sehen, welche positiven Assoziationen der Kunde hat, wenn seine Brille in dieser Box an den Tisch gebracht wird

Es ist eine Freude zu sehen, welche positiven Assoziationen der Kunde hat, wenn seine Brille in dieser Box an den Tisch gebracht wird. Das erste, was er sieht, wenn die Box vor ihm abgestellt wird, ist sein Name in einem silbernen glänzenden Rahmen. Der Deckel ist mit einem Magnetverschluss fixiert und beim Öffnen und Schließen hört man ein sattes Klacken.

Der Innenraum ist wie die ganze Box schwarz ausgekleidet. Es gibt zwei Aussparungen, eine für die Brille und eine fürs Etui. Im geöffneten Deckel findet sich der Firmenschriftzug und macht aus der XY-Brille die Brille aus Ihrem Hause, weil Ihr Firmenlogo in dieser Box steht. Alle anderen Utensilien wie das Brillenputztuch und die Rechnung sind - vorerst unsichtbar - unter dem doppelten Boden versteckt. Im Moment geht es um nichts anderes als um die Brille und ihren neuen Träger. Wenn die Box feierlich geöffnet wird, bleibt der Deckel durch ein Halteband offen, und der Anblick der Brille kann auf den Kunden wirken.

Kunden, die auf diese Weise ihre Brille in Empfang nehmen, empfinden Wertschätzung, die sowohl ihnen persönlich als auch dem Produkt Brille entgegen gebracht wird. Die richtige Form der Präsentation ist ein exzellentes Mittel, um ohne Worte deutlich zu machen, dass der Kunde

ein erstklassiges Qualitätsprodukt gewählt hat und erhält - und dass dieses kompetent und mit höchster Sorgfalt erstellt wurde.

Nach der Endanpassung empfiehlt es sich übrigens, die neue Brille wieder sorgfältig im Etui und beides in einer schmucken Abgabehülle zu verstauen und den Kunden ganz bewusst mit seiner „alten“ Brille nach Hause gehen zu lassen. Üblicherweise behalten wir ja auch ein neues Kleidungsstück nicht gleich im Laden an, sondern tragen es in einer Tüte nach Hause. Dort - im Kreis der Familie - wird die neue Brille ein zweites Mal ausgepackt, was das Bewusstsein des Neuen und Besonderen nochmals steigert.

Man sieht: Es zählt nicht nur der erste, sondern auch der vorerst letzte Eindruck, den wir bei unserem Kunden hinterlassen. Wenn dieser letzte Eindruck, den der Kunde mitnimmt, nichts zu wünschen übrig lässt, wird er immer gerne wiederkommen und in der Zwischenzeit nur Gutes über Sie berichten. ■

CHECKLISTE: WAS FÜR EIN ABGABE-TYP SIND SIE?

Die Brillenabgabe beinhaltet in den meisten Augenoptiker-Betrieben noch eine ganze Menge an Optimierungspotenzial. Die Agentur Ohrenkonzept hat für Sie daher eine Checkliste erstellt, die Sie kostenfrei aus dem Internet herunterladen und auswerten können: www.ohrenkonzept.de/checkliste

nirgends. Daher haben wir sie bei einem Buchbinder in Auftrag gegeben, wo sie in liebevoller deutscher Handarbeit zu einem bezahlbaren Preis hergestellt wird (siehe Fotos).

Gerd Ohren (46) ist Inhaber von zwei erfolgreich geführten Augenoptikergeschäften in Düsseldorf und Kaarst. Außerdem ist er Mitbegründer der Unternehmensberatung „Ohrenkonzept“, einer Unternehmensberatung, die in erster Linie Augenoptiker betreut.



Ursula Maria Beugel (43) ist Diplomkauffrau und seit 15 Jahren in Organisations-/Personalentwicklung und Marketing tätig, unter anderem für „Ohrenkonzept“.

