

Beratungsqualität als Erfolgsfaktor

Das Schott-Sehprofil bietet systematische Beratungsqualität für Optikerkunden



Birgit Schott

Das Schott-Sehprofil bildet den Kern des von Birgit Schott entwickelten und erfolgreich vermarkteten Beratungskonzepts für Augenoptiker. In Fulda erhielt sie den Strategiepreis 2015 für die beste Spezialisierung. – Von Thomas Rupp

Birgit Schott hat sich bis ins letzte Detail mit dem Beratungs- und Verkaufsprozess der Augenoptik- und Hörakustikbranche beschäftigt. Als gelernte Augenoptikermeisterin arbeitet sie seit über 20 Jahren an der Frage: „Wie lassen sich die Endkunden für meine Kunden-Unternehmen begeistern?“

Um ihre Zielgruppe ganzheitlich zu beraten, führt sie einen von ihr entwickelten Optiker-Check durch. Dieser beinhaltet unter anderem die Analyse des Ladengeschäfts, das Verhalten am Kunden, die Struktur der Mitarbeiter sowie die Besonderheiten des

Standortes. Mit diesen Ergebnissen und den Zielsetzungen des Unternehmens werden die Trainings individuell strukturiert.

Bei vielen Testkäufen – die Birgit Schott im Rahmen ihrer Beratungen durchführte – konnte sie live erleben, wie wenig die gegebenen Möglichkeiten genutzt und wie unzureichend die Kunden beraten werden. In der Folge wollte sie den Nutzen nicht nur für die Optiker, sondern insbesondere auch für die Kunden ihrer Kunden erhöhen. Im Zuge dessen befragte sie über 500 Brillenträger.

Testkäufe zeigten immer wieder, wie unzureichend Brillenträger beraten werden.

Im Ergebnis entpuppte sich der Beratungsprozess tatsächlich als Minimumfaktor: Kaum einer der befragten Personen verfügte über die optimale Brille. Dieser Beratungsprozess ist aber die Stellschraube des Optikererfolgs und wird meist dem Ermessen des Verkäufers bzw. dem Zufall überlassen. Meist mangelt es an Wissen und Ausbildung.

Birgit Schott analysierte den Gesamtprozess und stellte in der Auswertung den Nutzen bzw. den Mehrwert für den Endkunden in den Mittelpunkt. Auf dieser Basis hat sie den Verkaufsprozess quasi neu erfunden und entwickelte mit einem externen Trainer eine spezielle Verkaufs-Anamnese für Augenoptiker. Um diesen Kern baute sie ein ganzheitliches Beratungskonzept auf.

Das daraus entstandene System vermarktet sie unter dem Namen

„Schott-Sehprofil“. Es besteht aus mehreren Bausteinen, die laufend weiterentwickelt und ergänzt werden.

Im Mittelpunkt der Beratung steht ein gedrucktes Tableau mit Bildern realer Sehsituationen der Brillenträger (s. Kasten rechts). Dies ermöglicht es dem Optiker, im intensiven Dialog mit dem Kunden Schritt für Schritt diese Situationen durchzugehen und so systematisch eine auf die speziellen Sehsituationen des Kunden maßgeschneiderte Lösung zu erarbeiten.

Der Kunde erhält so das für ihn bestmögliche Brillenkonzept, arbeitet mit und ist regelmäßig von dieser Art der Beratung begeistert. Er erfährt dabei eine Menge über die Möglichkeiten, die die zehn grundlegenden Brillentypen bieten können. Sein Nutzen erhöht sich, da er voll in den Prozess einbezogen wird und seine tatsächlichen Bedürfnisse berücksichtigt werden.

Durch den ausführlichen Dialog, in dem die verschiedenen Lebenssituationen des Kunden besprochen werden, entsteht eine Beziehung zum Verkaufsberater und in der Folge eine stabile Kundenbindung. Denn Brillenkunden sind i.d.R. Dauerkunden.

Inzwischen arbeitet Birgit Schott u.a. an Konzepten für die internetgesteuerte Beratung, denn eines ihrer Ziele ist es, den Brillenträger zum mündigen Kunden zu machen, damit er eine qualitativ hochwertige Beratung von selbst einfordert. Damit können sich dann die angeschlossenen Optiker profilieren. Ein weiteres Thema ist die „Gesundheitsvorsorge“ nicht nur für die Augen. ▶

Gerade die heutige Arbeitssituation vieler Menschen an Bildschirmarbeitsplätzen und die Verwendung von LED-Licht mit hohem Blauanteil wirkt sich über die Augen auf den gesamten Körper aus. Diese Zusammenhänge sollte ein Optiker kennen und die Kunden entsprechend beraten. Hier liegen noch eine Menge Innovationspotenziale der Zukunft. Und Birgit Schott ist als „Denkfabrik“ ihrer Zeit immer einen Schritt voraus.

Es entsteht eine Beziehung zum Verkaufsberater und in der Folge eine stabile Kundenbindung.

Ihrer Zielgruppe garantiert sie mit dem Schott-Sehprofil und den damit verbundenen Trainings einen „neuen Zugang zum Verkauf und neue Umsatzimpulse“. Nachweisbar könne man durch die Anwendung ihres Konzepts um bis zu 40% mehr Aufträge generieren sowie eine nachgewiesene Umsatzsteigerung von 28% bis 35% erreichen.

Ihre Entwicklungen werden regelmäßig in Fachzeitschriften beschrieben und empfohlen. Nicht zuletzt das führte dazu, dass Birgit Schott im Jahr 2014 150 Trainingstage verkaufen konnte, in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Polen erfolgreich tätig ist, über 100.000 Sehprofile verkauft hat und u. [REDACTED] zu ihren Kunden zählen. ■

Kontakt:

Birgit Schott GmbH
Zur Sternwarte 14
54552 Schalkenmehren
Tel (06592) 80 70
info@birgitschott.de
www.birgitschott.de

Roter Faden für die Kaufberatung

Durch das Schott-Sehprofil wird systematisch sichergestellt, dass der Beratungsprozess auf dem Weg zur Brille nach einem qualitativ hochwertigen Standard abläuft. Eine Menge Erfolgspotenzial der Optiker wird durch eine mangelhafte Beratung verschenkt. Die meisten Brillenträger wissen wenig bis gar nichts über die verschiedenen Brillen-Arten und ihren Nutzen.

Mit dem Schott-Sehprofil führt der Augenoptiker mit gezielten Fragen durch die Galerie und markiert die Sehsituationen des Kunden. Dabei werden Besonderheiten, wichtige Informationen und Wünsche des Brillenträgers notiert. Durch die verschiedenen Galerien werden Tätigkeiten und Tagesabläufe sowie Freizeitaktivitäten draußen und drinnen systematisch berücksichtigt. Die Fotos dienen dabei als roter Faden durch das Verkaufsgespräch.

Mit dem Durcharbeiten der drei Galerien liegen die Basisinformationen für die Mehrbrillen-Empfehlung vor. Der Kunde ist in der Regel begeistert, da er meist noch nie zuvor eine vergleichbare Beratung beim Optiker erhielt.

