



different **people** need different lenses

*Hur du kan öka din försäljning av kontaktlinser.*

| kurskatalog |

**CIBA**  
**Vision**  
A Novartis Company

# Ökad kunskap om försäljning och linser – nyckeln till växt

## Kurser

Professional Marketing, CIBA Vision Nordic, kan nu erbjuda dig och din personal många möjligheter till vidareutbildning för butiksägare, kontaktlinsoptiker och assistenter.

## Mål

Målet är att öka kunskapen om kontaktlinser och skötselprodukter både ur ett kliniskt och affärsmässigt perspektiv, för att främja tillväxten av kontaktlinskategori.

## Kursernas kvalitet

Efter varje kurs får deltagarna fylla i en utvärdering. Resultatet sammanställs av oss och skickas till butiksägaren eller huvudkontoret, allt för att bibehålla eller förbättra kvalitén på seminarierna.

## Fortbildningspoäng

För en del av våra utbildningar kan man få utbildningspoäng (gäller Leg. Optiker). Kontakta oss för mer information.

## Deltagarantal

Minsta deltagarantal är 10 personer.

## Pris

Kontakta oss för mer information.

## kurser

- Tillpassning av den nya generationen kontaktlinser 3
- Tillpassning av moderna toriska linser 4
- Kundresan 5
- Spalllampeteknik för kontaktlinsoptiker 6
- Säljträning för assistenter (kontaktlinser). 7
- Kurs för kontaktlinssister. 8
- Internet och kontaktlinser 10

## övrigt

- Vi är Professional Marketing 11
- About CIBA Vision 12

# tillpassning av den **nya** **generationen** kontaktlinser

## Målgrupp

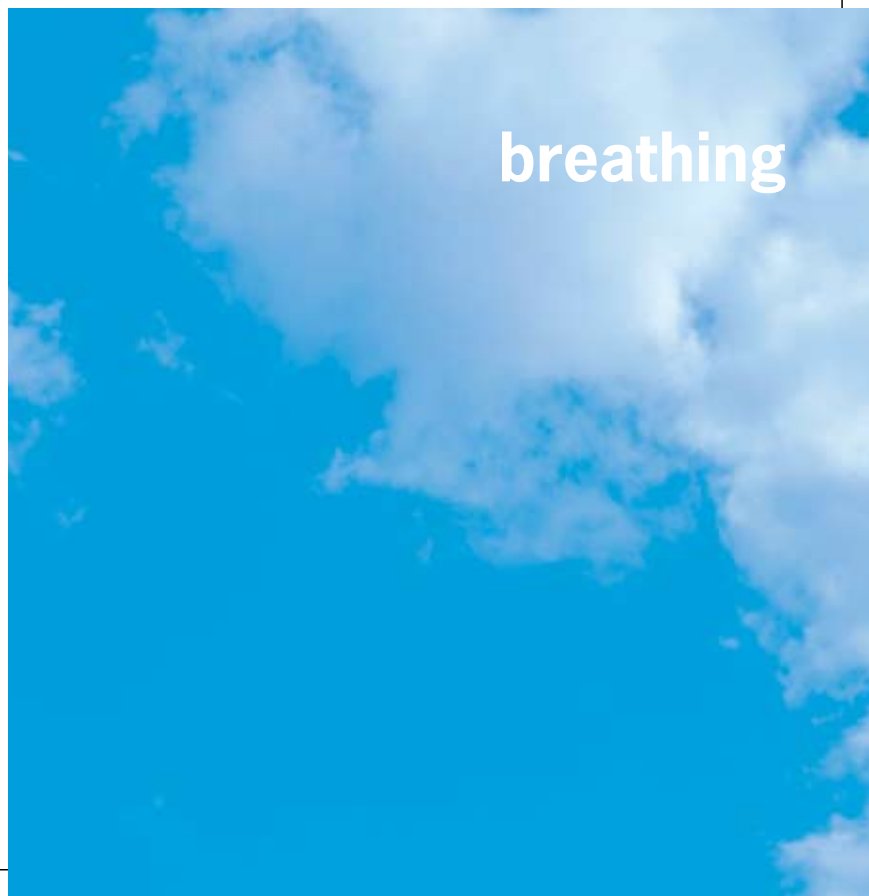
- Kontaktlinsoptiker

## Agenda

- Marknadssituation och utveckling
- Konsumentens behov
- Kundlojalitet
- Uppdatering om silikon hydrogel linser
- Tillpassning av silikon hydrogel linser
- Kliniska fynd
- Hur säkert är dygnet-runt-bruk?
- Information till linsbäraren
- Nya generationen endagslinser

## Tidsåtgång

- 2 timmar



Kursen ger en inblick i kontaktlinsmarknadens utveckling och en ökad förståelse för vikten av att tillpassa den nya generationen kontaktlinser för att bättre uppfylla kundernas behov och öka lojaliteten. Vi diskuterar fördelarna med de nya linstyperna och hur de kan ge oss nöjdare kunder. Hur väljer man linstyp och vad ska man

tänka på vid tillpassning av silikon hydrogellinser? Hur bör man informera linsbäraren och hur minimerar man komplikationsrisken för dagbruk och dygnet-runt-bruk? Vilka skötselprodukter kan man rekommendera till olika linsmaterial? Vi går också igenom den senaste utvecklingen för endagslinser och vad det kan betyda för dina kunder.

# tillpassning av moderna toriska linser

Du får en grundlig genomgång av de nya toriska linserna och hur de tillpassas, med tonvikt på silikon hydrogellinser och endagslinser. Senaste rön inom linsdesign och olika principer för stabilisering behandlas i detalj. Hur bedömer man rotationen på ögat och hur kompenserar man för den? Vad

gör man när linserna inte fungerar trots att man kompenserat för rotationen? Vi kommer också att diskutera vikten av att tillpassa toriska linser även vid mindre cylindrar. Vidare, de nya möjligheterna med specialbeställda silikon hydrogellinser i höga styrkor och höga cylindrar.

## Målgrupp

- Kontaktlinsoptiker

## Agenda

- Introduktion till mjuka toriska linser – material och design
- Val av rätt lins, tillpassning
- Rotation och kompensation
- Toriska speciallinser i silikon hydrogelmaterial
- Kundnöjdhet, lojalitet, lönsamhet

## Tidsåtgång

- 2-4 timmar

**modern lenses for everyone**



# kundresan

## Målgrupp

- All personal

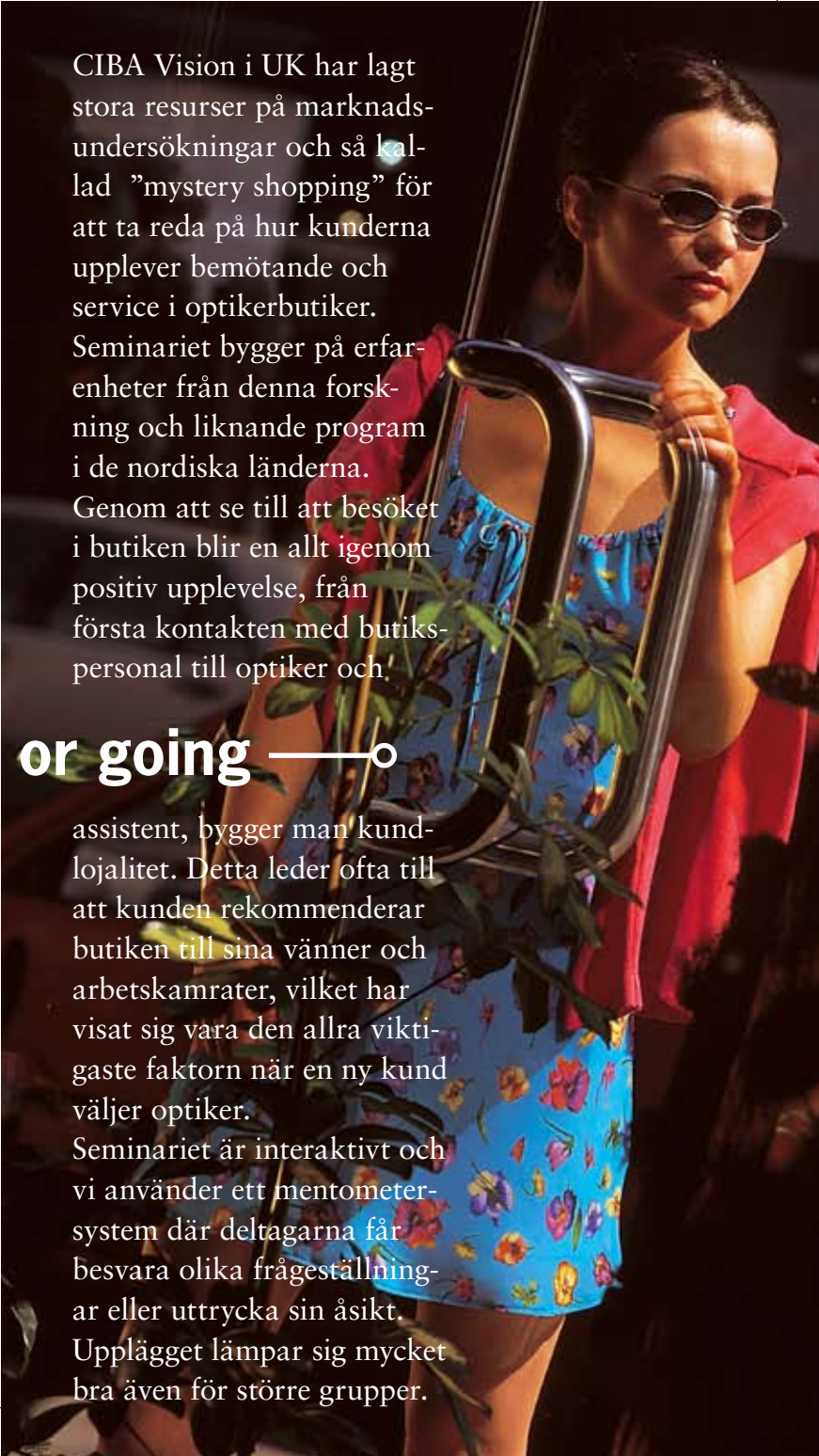
## Agenda

- Vad betyder mest när kunden väljer optiker?
- Den första kontakten
- Överlämning mellan olika personal
- Väntetiden
- Information vid undersökning
- Försäljning av kontaktlinser
- Marknadsundersökningar, mystery shopping
- Utlämning och uppföljning
- Service och tydliggörande av service

## coming or going —○

## Tidsåtgång

- 1 – 2 timmar



CIBA Vision i UK har lagt stora resurser på marknadsundersökningar och så kallad "mystery shopping" för att ta reda på hur kunderna upplever bemötande och service i optikerbutiker. Seminariet bygger på erfarenheter från denna forskning och liknande program i de nordiska länderna. Genom att se till att besöket i butiken blir en allt igenom positiv upplevelse, från första kontakten med butikspersonal till optiker och

assistent, bygger man kundlojalitet. Detta leder ofta till att kunden rekommenderar butiken till sina vänner och arbetskamrater, vilket har visat sig vara den allra viktigaste faktorn när en ny kund väljer optiker.

Seminariet är interaktivt och vi använder ett mentometer-system där deltagarna får besvara olika frågeställningar eller uttrycka sin åsikt.

Upplägget lämpar sig mycket bra även för större grupper.

# spaltlampeteknik för kontaktlinsoptiker

Kursen passar bäst för den som inte har så stor rutin i att använda spaltlampa, eller känner att det var ett tag sedan man uppdaterade sina kunskaper i ämnet. Vi går igenom olika belysningsystem, när de används, undersökningens flöde och

kliniska fynd. Biverkningar av kontaktlinser diskuteras, liksom strategier för hur man hanterar dem. Föreläsningen kan kombineras med praktiska övningar. Mentometersystem användas för interaktivt multiple choice test med kliniska fynd.

## Målgrupp

- Kontaktlinsoptiker

## Agenda

- Olika belysningsystem och när de används
- Undersökningens flöde
- Kliniska fynd och biverkningar av kontaktlinser
- Hantering av biverkningar
- Multiple choice test av kliniska fynd (förutsätter tillgång till mentometersystem)
- Praktiska övningar

## Tidsåtgång

- 2 timmar vid föreläsning
- 4 timmar vid föreläsning och praktisk träning

## Litteratur

Kursen är baserad på boken "Common Contact Lens Complications" av Lyndon och Deborah Jones.

Lyndon Jones är Professor och Deborah Jones forskare på Centre for Contact Lens Research vid University of Waterloo, Ontario, Canada.



improve your **technique**

# säljträning för assistenter (kontaktlinser)

## Målgrupp

- Assisterer
- Butikspersonal

## Agenda

- Varför så få kontaktlinsebärare?
- Generell information om kontaktlinser
- För och nackdelar med olika linstyper och vätskor
- Rätt linstyp till rätt kund
- Kommunikation och försäljning
- Grupparbete, rollspel

## Tidsåtgång

- Från 2 timmar (enbart föreläsning) till heldag (med grupparbeten och rollspel)



Seminariet ger baskunskaper om de vanligaste linstyperna, linsmaterialen och linsvätskorna på marknaden. Hur kan vi öka användningen av kontaktlinser? Vad är skillnaden mellan olika linstyper och vilka förde-

lar har olika linser för kunden? Varför och när rekommenderar vi respektive linstyp och hur kommunicerar vi detta på bästa sätt till kunden? Den teoretiska delen kombineras med fördel med grupparbeten och rollspel.

# kurs för kontaktlins- assistenter

Kursens mål är att utbilda kontaktlinsassistenter, som efter kortare praktik under handledning, kan utföra många uppgifter i kontaktlinspraktiken under delegation.

**Dag ett** Grundläggande introduktion till ögats anatomi, synfel och synkorrektion. Noggrann genomgång av olika linsmaterial och linstyper samt skötselsystem. Vi berättar om utprovning av kontaktlinser och efterkontroller. Sista delen handlar om försäljning och marknadsföring av linser i butiken.

**Dag två** ägnas helt åt praktiska övningar. Deltagarna får träna på att lära ut i och urtagning av linser. De får också lära sig sätta i och ta ut linser på andra, vilket kan vara användbart till exempel när man provar färgade linser. Slutligen går vi igenom övriga rutiner och vilken information kunderna behöver när de börjar använda linser.

## Målgrupp

- Kontaktlinsassistenter
- Personal som ska börja arbeta som assistenter

## Tidsåtgång

- 1 – 2 dagar

## Dag 1

- Ögats anatomi
- Synfel och synkorrektion
- Presbyopi
- Olika linsmaterial och användningsområden
- Olika linstyper
- Tillverkning av kontaktlinser
- Mikrobiologi, rengöring och desinfektion av kontaktlinser
- Skötselsystem kontaktlinser
- Biverkningar
- Tillpassning, efterkontroller
- Assistentens roll
- Försäljning och marknadsföring av linser i butik

## Dag 2

Praktisk träning:

- Rutiner, handhygien
- Träning av kunder, i och urtagning av linser
- Att sätta i linser på kund
- Korrekt användning av skötselsystem och vätskor
- Information till kontaktlinsebärare
- Viktigt att tänka på



# internet och kontaktlinser



new customers

Föreläsningen behandlar utvecklingen av kontaktlinsförsäljningen på Internet de senaste åren och vad vi kan förvänta oss i framtiden. Vad är fördelarna för kunden med att köpa linser på nätet och vilka är de främsta skälen till att de gör det? Vilka

fördelar erbjuder optikern och förstår kunden skillnaden? Hur kan optikern förändra sitt sätt att arbeta med linser för att vara mer konkurrenskraftig och hur kan man använda Internet för att skaffa nya kunder?

## Målgrupp

- Kontaktlinsoptiker
- Butiksägare, butikshefer
- Övrig personal

## Agenda

- Hur har linsförsäljningen på Internet utvecklats hittills?
- Vad kan vi förvänta oss i framtiden?
- Därför köper kunder på nätet
- Prissättning linser och arvode
- Kontaktlinskundernas lojalitet
- Nya kunder med hjälp av Internet

## Tidsåtgång

- 1 timma



# vi är Professional Marketing CIBA Vision Nordic

## **Sverige: Ulrik Bengtsson**

Ansvarig för Professional Marketing Nordic.  
Leg. optiker med kontaktlinsbehörighet

## **Danmark: Nis Jacobsen**

Professional Marketing Manager, Danmark.  
Trade Marketing Manager, Nordic.

Auktoriserad linsoptiker, HD i försäljning/marknadsföring. (Diploma in Business Administration.)

## **Finland: Riitta Kauranen**

Professional Marketing Manager, Finland.  
Kontaktlinsoptiker.

## **Norge: Bente Kofstad**

Professional Marketing Manager, Norge.  
Auktoriserad optiker med kontaktlinskompetens, Markedskandidat NMH, Cand. Mag.

Ulrik

Riitta



Nis

Bente

# about **CIBA Vision,** a global leader in research



CIBA Visions huvudkontor ligger i Atlanta, USA. CIBA Vision är världsledande inom forskning, utveckling och tillverkning av optiska produkter och tjänster, inkluderande kontaktlinser och kontaktlinsvätskor. CIBA Visions produkter finns i över 70 länder. Ytterligare information finns på [www.cibavision.com](http://www.cibavision.com).

CIBA Vision är Novartis AG:s kontaktlinsdivision. Novartis är världsledande inom läkemedelsindustrin och på området konsumenthälsa. 2005 hade koncernen en omsättning på 32,2 miljarder USD och en nettointäkt på 6,1 miljarder USD. Koncernen investerade ca. 4,8 miljarder USD i forskning och utveckling.

Huvudkontoret ligger i Basel, Schweiz. Novartiskoncernen sysselsätter ca. 91 000 personer i mer än 140 länder världen över. Ytterligare information finns på [www.novartis.com](http://www.novartis.com).

**CIBA  
Vision®**  
A Novartis Company