

Netcity, al via la partnership con Acuitis

Dopo una fase test ancora in corso saranno almeno una settantina i centri ottici della società di servizi a proporre un corner dell'insegna monomarca francese con 48 modelli da vista e la possibilità di realizzare un occhiale completo da 40 a 150 euro



«L'ottico ha così l'opportunità di offrire al proprio cliente un occhiale da vista di qualità a un prezzo che ci piace definire trasparente, oltretutto chiavi in mano, ricevendolo già montato da Essilor, che fornisce le lenti – spiega a b2eyes TODAY Laurent Schmitt (nella foto), dal 1° gennaio socio di maggioranza e amministratore delegato di Netcity – In questo modo vogliamo anche allargare la base della clientela dei punti vendita aderenti alla nostra società, coinvolgendo ad esempio la clientela più giovane». La collaborazione con Acuitis, annunciata a metà novembre in occasione dell'evento presso la Villa Medicea La Ferdinanda, ad Artimino, nei pressi di Firenze, è il primo risultato raggiunto dalla nuova struttura alla guida di Netcity. Insieme a Schmitt, infatti, nella compagine societaria e manageriale è entrato anche Paolo Fonelli, che oggi riveste l'incarico di direttore commerciale, andando così ad affiancare il presidente Roberto Marlazzi e i consiglieri d'amministrazione Carlo Cecchini e Gianni Meneghetti.

Adoo: sarà il Congresso del dialogo

Quello con la classe medica e quello tra nuove leve e veterani caratterizzeranno la quarantunesima edizione del tradizionale appuntamento scientifico per l'ottica e l'optometria, in programma da sabato 11 a lunedì 13 aprile al Grand Hotel Mediterraneo di Firenze

Tre giorni di relazioni e incontri, «affrontando tematiche ad ampio raggio, con sessioni e approfondimenti di ottica oftalmica e contattologia, affiancate da contributi multidisciplinari offerti dalle altre figure professionali, in primo luogo con l'importante confronto con gli oftalmologi», spiega un comunicato dell'Albo degli Ottici Optometristi, che fa capo a Federottica. A Firenze, inoltre, nascerà OptoUniLab, definito un vero e proprio incubatore di idee. «Il progetto vuole essere uno spazio riservato ai veterani ottici optometristi e agli studenti per dialogare e confrontarsi con l'obiettivo di far nascere progetti utili per l'ottica e l'optometria – si legge nella nota - Un modo per far emergere l'innovazione e il talento: le migliori idee potrebbero in seguito vedere la luce, grazie all'impegno dell'Albo e dei suoi partner dell'industria dell'ottica».

Come in quasi tutte le ultime edizioni del Congresso, gli organizzatori hanno pensato anche alla divulgazione della salvaguardia del benessere visivo, con screening della vista gratuiti ai cittadini: a ospitarli sarà piazza Santa Maria Novella dalle 10 alle 18 di domenica 12 aprile, con il patrocinio dal Comune di Firenze. «In un truck attrezzato gli ottici optometristi fiorentini saranno impegnati insieme agli studenti e ai giovani laureati dei corsi di laurea di Ottica e Optometria di tutte le università italiane e agli oftalmologi della Clinica Oculistica Careggi», precisa il comunicato dell'Adoo.

Presidente dell'Albo degli Ottici Optometristi dall'autunno scorso, quindi al suo primo Congresso in questa veste, Giuseppe Sicoli ricorda che la strada scelta è quella dell'aggiornamento di qualità. «Siamo soddisfatti della classe medica che parteciperà, a dimostrazione che lo spirito collaborativo che si è instaurato negli ultimi anni non si è affievolito, tutt'altro – commenta Sicoli nella nota - E risulta forte, come sempre, la richiesta di partecipazione da parte degli studenti e dei giovani laureati e diplomati: anche questo è un forte segnale di interesse verso la formazione di valore» (nella foto, la locandina del Congresso Adoo 2015).



AMARCORD

Storie dal mondo dell'ottica
e dai suoi protagonisti

Tutti gli "Amarcord" pubblicati su
b2eyes magazine dal gennaio 2011
a oggi in un unico libro

acquistalo online su www.fgeditore.it

b2eyes

Zeiss Academy: l'aggiornamento aiuta a fidelizzare il cliente

L'azienda di lenti oftalmiche e strumenti per i centri ottici ha in programma un altro anno di formazione: giunta alla quarta edizione e destinata ai professionisti italiani, è caratterizzata da approfondimenti sulle tecnologie e tenuta da relatori esperti



Più di 30 giornate di formazione suddivise in quattro corsi, 14 città toccate in tutta Italia: è il percorso formativo proposto da Carl Zeiss Vision all'interno della Zeiss Academy 2015, per continuare ad affiancare i centri ottici nella proposta di vendita e nella fidelizzazione del cliente. «Per vincere le numerose sfide di un mercato in costante evoluzione aggiornarsi costantemente è un fattore indispensabile per restare al passo con il ritmo frenetico dell'innovazione tecnologica e rafforzare il valore della professionalità dell'ottico, che oggi più che mai assume un ruolo sempre più rilevante per conquistare la fiducia da parte del cliente finale», spiegano i promotori della Zeiss Academy in un comunicato.

La proposta formativa di Zeiss Academy nasce «per offrire dei momenti di condivisione e approfondimento sulle novità di prodotto, sui vantaggi generati dall'uso di strumentazione all'avanguardia per completare il percorso di acquisto e alcuni spunti di riflessione per conoscere meglio il cliente moderno e conquistare la sua fiducia», sottolinea la nota. I quattro corsi proposti in questa

edizione sono i.Tech Reloaded, studiato per coloro che vogliono acquisire competenze e argomentazioni di vendita sui nuovi prodotti Zeiss, con l'obiettivo di offrire ai clienti le soluzioni più adatte a rispondere alle esigenze visive del mondo di oggi; i.Refraction (nella foto, il corso tenuto a Caserta), realizzato per ottimizzare la valutazione delle ametropie visive e la compensazione ottica, attraverso l'utilizzo di metodi di refrazione e tecniche aggiornate per conseguire benessere visivo; Eye & Customization, per comunicare il ruolo e l'importanza dei parametri individuali e fornire le indicazioni per l'utilizzo nella realizzazione di una lente di qualità; e Delighting Customer Game, costruito su nozioni di marketing e commerciali finalizzate a massimizzare l'efficacia della proposta al consumatore finale.

Come avvenuto negli anni scorsi, i corsi sono tenuti da Gian Andrea Ianese, Lucia Castano e Giancarlo Montani, affiancati dai trainer Zeiss. «L'interesse dei nostri clienti verso Zeiss Academy si conferma anno dopo anno – conclude la nota - I risultati raccolti nel 2014 sono stati entusiasmanti, con una crescita di fatturato registrata dai clienti che hanno partecipato e un generale apprezzamento delle informazioni condivise. Quest'anno ci auguriamo di confermare i medesimi risultati per un'attività in cui crediamo molto e per la quale investiamo molto tempo e risorse nell'individuazione delle migliori proposte formative. Già i primi corsi hanno registrato il tutto esaurito».

Oscar de la Renta: l'eyewear va ad Allure

La griffe ha concesso alla filiale statunitense di Marchon anche la licenza per la creazione e distribuzione degli occhiali della sua prima linea

Come riportato da alcuni media specializzati, Allure, che già collabora con Oscar de la Renta per il marchio O Oscar, sarà responsabile anche della linea principale dello stilista americano, in collaborazione con il direttore creativo della maison, Peter Copping. La prima collezione di occhiali da sole verrà realizzata in Giappone e in Italia e debutterà a settembre durante la New York Fashion Week. È, inoltre, previsto, il lancio di due collezioni all'anno e di una linea vista. I modelli saranno disponibili dal prossimo ottobre nelle boutique Oscar de la Renta, sull'e-shop della maison e presso ottici selezionati (nella foto, un'immagine di campagna estate 2015 della griffe).

