

Scopri  
la nuova gamma  
di lenti Progressive ZEISS.



MERCOLEDÌ 13 MAGGIO 2015 ANNO V N. 924

Scopri  
la nuova gamma  
di lenti Progressive ZEISS.



## VisionOttica Stancanelli: il marketing per andare dritti al cliente

I due punti vendita di Palermo hanno recentemente scelto l'insegna glocal che conta oltre 210 centri ottici su tutto il territorio nazionale. Tra gli obiettivi principali, riuscire a concentrarsi maggiormente sull'utente finale, comunicando meglio le iniziative e stimolando nuovi acquisti attraverso l'utilizzo di tutti gli strumenti di comunicazione messi a disposizione



«Questo importante cambiamento d'insegna dovrebbe aumentare in modo significativo la visibilità dei miei centri ottici, uno dei quali avviato da circa quarant'anni – spiega a b2eyes TODAY il titolare, Paolo Stancanelli - Unendomi a una realtà così importante e presente in tutta Italia, potrò certamente raggiungere questa crescita». I centri ottici hanno già un erede e sono quindi giunti alla terza generazione: Loredana, figlia di Paolo, ha intenzione di prendere in mano le redini di uno dei negozi di Palermo, situato quasi in centro (nella foto), mentre l'altro, in una zona decentrata del capoluogo siciliano, è gestito da un collaboratore storico della famiglia Stancanelli.

Il professionista palermitano crede soprattutto nei servizi di marketing offerti dalla nuova insegna. «Li mettevo in atto già prima, ma con VisionOttica potrò raggiungere i miei clienti in maniera sicuramente più penetrante – sottolinea Stancanelli – Mi hanno attirato una comunicazione costante e coerente al consumatore finale grazie a un piano marketing annuale e i servizi post vendita VisionOttica, come il libretto di garanzie Sos-Servizio Occhiali

Sicuri e Sos Bimbo, i servizi di CRM e digital: andremo in sostanza a rafforzare e a rendere più efficaci operazioni di marketing che realizzavamo anche in precedenza, ora però potremo farlo in maniera più organica». I centri VisionOttica Stancanelli sono situati in zone residenziali e lavorative di Palermo, alle quali fa riferimento un target medio-alto. «Puntiamo alla fidelizzazione del cliente e il brand VisionOttica può rafforzare ulteriormente anche questo aspetto - afferma il professionista siciliano - Dal punto di vista delle collezioni di occhiali, proponiamo sia montature rivolte ai più giovani sia modelli più ricercati e di alto livello: anche qui il supporto di VisionOttica sarà fondamentale per la gestione del magazzino. Inoltre il reparto astronomia ci aiuta a distinguerci: la richiesta non è eccessiva, ma è un modo per differenziarci e per coinvolgere una clientela più ampia».

## Guerra: da Del Vecchio a Farinetti

L'ex amministratore delegato di Luxottica guiderà Eataly

Ne dà notizia *Il Fatto Quotidiano*, che sottolinea come la scelta di Andrea Guerra (nella foto, a sinistra) sia funzionale all'espansione di Eataly sui mercati asiatici e a preparare la quotazione in Borsa dell'azienda di Oscar Farinetti (nella foto, a destra). Dopo l'uscita da Luxottica nell'agosto scorso, Guerra è stato nominato consigliere strategico di Matteo Renzi, è entrato a far parte del consiglio d'amministrazione della Holden di Torino ed è diventato membro nel board di Coach, noto marchio americano di accessori in pelletteria. Farinetti ha recentemente deciso di cedere le cariche ai figli.



Scopri la nuova gamma  
di lenti Progressive ZEISS.



Nuove  
con l'esclusiva  
Digital Inside™  
Technology

Scopri  
la nuova gamma  
di lenti Progressive ZEISS.



Scopri  
la nuova gamma  
di lenti Progressive ZEISS.



MERCOLEDÌ 13 MAGGIO 2015 ANNO V N. 924

## Zeiss, target diversi per creare un network di professionisti

Dopo gli eventi degli ultimi mesi, dedicati all'ipovisione, all'eyewear e all'ottica, la filiale italiana dell'azienda tedesca di lenti oftalmiche e strumenti si prepara al Congresso Internazionale Soi, in programma a Milano dal 15 al 17 maggio

«Essere presenti ai congressi e agli eventi di settore è un'importante occasione per incontrare la nostra clientela e per presentare i nostri prodotti e servizi». Così Zeiss motiva in un comunicato la partecipazione costante e capillare ai più significativi appuntamenti che sono stati organizzati negli ultimi mesi.

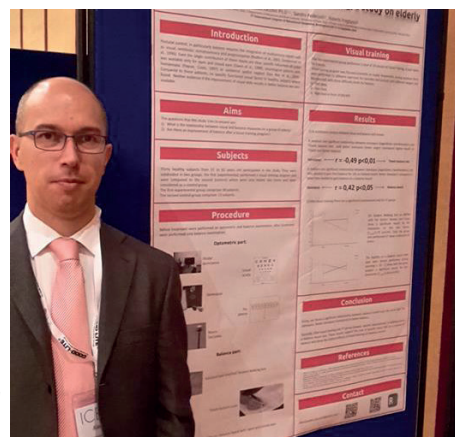
«La volontà di raggiungere target diversi è spiegata dal desiderio di creare un network di professionisti in grado di comunicare fra di loro sulla base di conoscenze diffuse, avendo come focus il benessere visivo dell'utente finale - sottolinea la nota dell'azienda di Castiglione Olona - Grazie all'offerta ampia e variegata presente nel portafoglio, Zeiss è in grado di rispondere a più ambiti di impiego, si vedano i prodotti per ipovisione e la contattologia, oltre naturalmente alle lenti oftalmiche, che hanno recentemente visto il lancio delle progressive [Zeiss Precision](#)».

Venerdì sarà la volta del 13° Congresso Internazionale della Società Oftalmologica Italiana, che aprirà i battenti presso MiCo- Milano Congressi. «Siamo convinti che incontrare i nostri clienti e i medici oculisti sia un'imprescindibile attività a vantaggio sia di chi deve proporre il nostro prodotto, come gli ottici, sia di chi deve prescriberlo, ossia gli oculisti - prosegue la nota - Ricontriamo un grande interesse durante questi eventi di carattere nazionale e durante le sessioni di Zeiss Academy che facciamo, ormai da tre anni, nelle principali città italiane dove l'affluenza è sempre numerosa e l'attenzione alta, così come la soddisfazione al termine dei lavori. Anche al congresso Soi di maggio, che vedrà la nostra quarta presenza, abbiamo sempre notato un crescente interesse nel valutare da parte della classe medica le soluzioni offerte da Zeiss, partner riconosciuto con cui molti di loro collaborano sin dall'inizio della carriera in modo proficuo».

## Quali prismi per la riabilitazione: l'intervento di tre italiani

Sull'ultimo numero della rivista scientifica "Brain Injury" un gruppo di ricercatori dell'Università di Milano Bicocca, formato da Alessio Facchin, psicologo, optometrista e docente all'Irsoo di Vinci, da Nicoletta Beschin, neuropsicologa, e da Roberta Daini, psicologa, avanza alcune osservazioni di metodo e di sostanza relativamente a un articolo di Bansal, Han e Ciuffreda

L'articolo in oggetto, "Use of yoked prisms in patients with acquired brain injury: A retrospective analysis", ha trattato la prescrizione di prismi, in pazienti colpiti da ictus cerebrale, finalizzati a compensare neglect o emianopsia omonima. L'intervento dei docenti italiani, dal titolo "Not prism prescription, but prism adaptation rehabilitates spatial neglect; a reply to Bansal, Han and Ciuffreda", sottolinea alcuni punti critici della ricerca esaminata. Le osservazioni critiche degli autori sono rivolte alla prescrizione di prismi gemellati: in questi casi, citando numerose recenti ricerche, gli italiani sostengono che non ci sono a oggi né motivazioni teoriche né evidenze cliniche che ne mostrino l'efficacia in questi pazienti, mentre invece altre tecniche particolari di utilizzo dei prismi in riabilitazione sono normalmente adottate, in queste patologie, con buoni risultati (nella foto, Facchin all'[International Congress of Behavioral Optometry](#) di Birmingham, nel settembre scorso).



Direttore responsabile: [Angelo Magri](#) Coordinamento redazionale: [Francesca Tirozzi](#) Redazione: [Nicoletta Tobia](#)

Supplemento al 13 maggio 2015 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata



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

acquistalo online su [www.fgeditore.it](http://www.fgeditore.it)

