

Смотрим в будущее вместе с «Алкон»

Бизнес-конференция компании «Алкон»

22 мая 2018 года в башне «Око» комплекса Москва-Сити состоялась 3-я ежегодная бизнес-конференция компании «Алкон» «Видеть больше... Видеть будущее». Мы живем в эпоху цифровых технологий, мобильных устройств и быстро меняющегося мира. Как адаптироваться к новым условиям и идти в ногу со временем? Об этом и шла речь на конференции.



Встречу открыла генеральный директор компании «Алкон» в России Татьяна Гатинская. По ее словам, видеть будущее – значит понимать современные тренды и быть всегда на шаг впереди конкурентов. Компания «Алкон» начинала когда-то с маленькой оптики и превратилась в компанию №1 в области офтальмологии.



Цифровые технологии меняют все в нашей жизни. Меняются и наши пациенты – почти половина из них изучают информацию о назначенном средстве коррекции зрения в Интернете. Нужно срочно снять симптом? 44% пациентов опять же ищут информацию в интернете.

Зам. генерального директора GfK-Русь Наталья Моржова свое выступление посвятила анализу основных тенденций выбора средств коррекции зрения.

Что касается состояния здоровья, по данным GfK-Русь,

наибольшие опасения в плане состояния здоровья у россиян вызывает потеря зрения. Сегодня 85 млн россиян в возрасте 14 лет и старше пользуются интернетом. 59% россиян заявляют, что им важно быть доступными для связи, где бы они ни находились. А связь подразумевает постоянное пользование мобильными устройствами, серьезно угрожающими нарушением функции зрения. Люди ищут продукты и услуги, которые позволят им вести активный образ жизни и сохранять здоровье и молодость.



Основатель бизнес-школы «Вверх», соучредитель и основатель многих известных сегодня розничных и онлайн бизнесов, Владимир Маринович поделился своими мыслями о схеме развития бизнеса в России. Главный вывод: «как раньше – не будет никогда». Если вы не собираетесь меняться – вы просто потеряете бизнес. Успешные ком-



пании быстро создают новые продукты и находят новые рынки и немедленно используют их. Главные проблемы российского бизнеса – отсутствие контакта с клиентом. Для большинства розничных компаний наиболее привлекательная стратегия – демпинг. Но это «путь в никуда». Попробуйте предложить своим клиентам лучший сервис. Попробуйте каждый месяц предлагать клиентам новую сервисную идею. Попробуйте понять, в какой момент пациент перестал получать положительные эмоции от общения со специалистом. Покажите пример своим сотрудникам и поработайте сами консультантом в оптике! Позвоните своим покупателям и узнайте, будут ли они рекомендовать вашу оптику друзьям. У нас же зачастую все работают сами по себе, а контроль за сотрудниками вообще отсутствует. Сегодня очень важно создать единое информационное поле компании, продуктов и покупателей.

Роджер Лопез, вице-президент компании «Алкон», Наталья Петлюк, директор департамента контактной коррекции компании «Алкон», и Маргарита Аношина, руководитель по коммерческим операциям и работе со стратегическими партнерами компании «Алкон», рассказали об Экосистеме «Алкон» – программах компании по поддержке специалистов и пациентов.



Компания активно развивает платформу InContact, с помощью которой пациент может найти ближайшую оптику, где ему подберут интересующую его линзу. Платформа поддерживает постоянных покупателей и позво-



ляет сделать готовую подписку на средства контактной коррекции. Это очень облегчает жизнь пациента – он уже не должен ничего помнить, линзы и растворы ему придут автоматически в нужное время. В Англии, к примеру, уже более 50% пациентов покупают линзы именно по подписке. Условия подписки можно менять.

На портале b-commerce.ru можно заказать продукцию Alcon для оптического салона.

Сайт www.moiglaza.ru полезен и для пациентов, и для специалистов. Пациенты смогут узнать очень много о контактных линзах и правилах обращения с ними. Специалисты смогут записаться на online курсы Академии Alcon для повышения квалификации.

Компания также представила концепцию «Оптика 360», обеспечивающую коррекцию зрения людям всех возрастов – от младенцев до пожилых с помощью средств и оборудования Alcon.

Матвей Кардаш, директор по развитию системы учета клиентов и сделок amoCRM, представил эту систему, фиксирующую в режиме online все заявки и запросы клиентов и не позволяющую потерять ни одного из них. В результате даже случайный посетитель оптики станет вашим постоянным покупателем. Сегодня в России с amoCRM работает уже около 100.000 компаний.



Было показано, что 70% компаний теряют клиентов после первого обращения. Продавцы в большинстве случаев сами решают, будут они работать с этим клиентом или нет.

ВСТРЕЧИ, СОБЫТИЯ, ЛЮДИ



Система amoCRM позволяет видеть все стадии общения с клиентом и вмешаться, если клиент пропускает какой-то этап. Правила работы online системы amoCRM очень просты: все обращения клиентов (сделанные любым способом) фиксируются, продавец формирует задачу по каждой сделке, и, что очень важно, покупателю предлагается следующий продукт или услуга.

В результате, повторимся, даже случайный посетитель станет лояльным постоянным покупателем.

В дискуссионном клубе музыкальные эксперты и телеведущие Михаил Козырев и Александр Анатольевич, певица Анна Седокова рассказали о своем опыте ношения контактных линз. С комментариями по

каждому случаю развернуто выступила модератор дискуссии руководитель отдела профессиональной поддержки компании «Алкон» в России Ольга Захарова. Она ответила на вопросы своих собеседников, уже попробовавших носить линзы Dailies Total 1 и AirOptix plus HydraGlyde. Она также напомнила, что компания «Алкон» по-прежнему остается единственной в мире, готовой предложить цветные силикон-гидрогелевые контактные линзы AirOptix Colors.

По завершении официальной части конференции гости могли в интерактивных блоках подробнее познакомиться с online программами Alcon по поддержке пациентов и специалистов.



С приветственным словом на состоявшемся позднее дружеском ужине к гостям конференции обратился Главный исполнительный директор компании «Алкон» Майк Болл (США).

Я очень рад быть сегодня с вами в Москве и видеть столько надёжных партнеров и сотрудников «Алкон» в зале. Мы все вместе помогаем нашим пациентам улучшить качество их жизни, предоставляя им возможность «Видеть Больше». У компании «Алкон» более 70 лет опыта в области офтальмологии, и мы подтверждаем свое лидерство уже более 20 лет на российском рынке.

Мы настроены на долгосрочное сотрудничество с нашими партнерами в России и будем продолжать предоставлять решения для роста нашего с вами бизнеса. Сегодня мы представили вашему вниманию Digital Экосистему Alcon, сердцем

которой являются наши пациенты. Экосистема объединяет все процессы, начиная с рекламы, которую видит наш потребитель, и заканчивая сбором и обработкой данных о нем, чтобы быть еще более клиентоориентированными. Инновации, которые уже запущены и над которыми мы работаем, помогут вам удовлетворять потребности российских пациентов. Наши партнеры жизненно важны для миссии и цели нашей компании, и вся команда «Алкон» стремится поставлять прорывные продукты, технологии и высококачественный сервис, чтобы вы получили все необходимое для воплощения в жизнь нашего видения.