

Почему для нас пользователи контактными линзами как покупатели бриллиантов

Инди Гроул (оптометрист, президент VCLA 2020-2021 гг., Англия),
Фабио Карта (оптометрист, CooperVision)

В последнее десятилетие были достигнуты значительные успехи в материалах, режимах и дизайнах контактных линз (КЛ). Это привело к росту числа пользователей КЛ в Европе. В 2020 г. европейский рынок КЛ составил 1,814 млрд. евро.¹

Хотя у Великобритании крупнейший рынок КЛ в Европе (рис.1), контактные линзы носит всего 15,2% жителей страны, в то время как очки – 82%.² Во всех странах Европы самой большой демографической популяцией являются женщины в возрасте 24-35 лет.³

Достижения в материалах и технологиях КЛ позволяют большему числу потребителей носить контактные линзы. В целом в Европе 84% людей, которые нуждаются в коррекции зрения, носят очки и только 10% – контактные линзы.⁴

Помимо того, что с контактными линзами интересно с профессиональной точки зрения работать, КЛ могут приносить повышенный доход от ежегодных визитов пациентов в оптику, и они также укрепляют привязанность пациента к оптике. КЛ могут улучшить жизнь, и,

действительно, 81% пользователей КЛ сообщили, что ощущают себя с КЛ более привлекательными, и 89% согласны, что КЛ улучшили качество их жизни.⁵

Приходя к специалисту по подбору контактных линз, пациенты готовы прислушиваться к его авторитетному мнению и ожидают, что он порекомендует им КЛ (при отсутствии противопоказаний к ним).⁶ Этот прибыльный рынок нуждается в специалистах, которые путем введения небольших экономически выгодных изменений в свою практику способны увеличить ее оборот и прибыльность.⁷

Создание своей базы пользователей контактными линзами

Итак, мы знаем, что наши пациенты доверяют нам и хотели бы получить хороший совет по коррекции зрения. Как нам соотносить это с интересами работы оптики и бизнеса?

Достичь больших изменений можно, начав с малых. Самый легкий способ построить свою практику подбора КЛ – это внести небольшие изменения в рутинную процедуру обследования зрения.

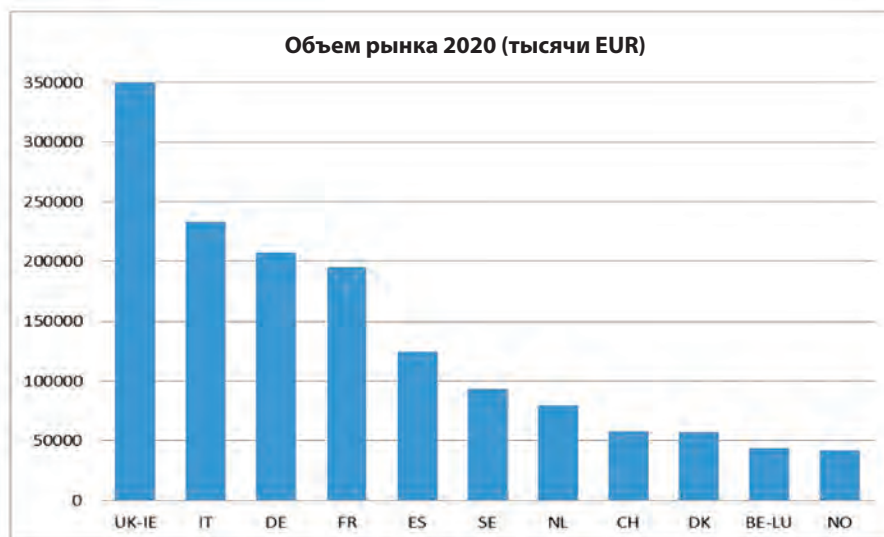


Рис.1. Объем рынков КЛ стран Европы в 2020 г. (по данным Euromcontact¹)

«Есть только один способ съесть слона: кусочек за кусочком» – сказал Десмонд Туту (Ред.: Африканская поговорка; Desmond Tutu – первый чернокожий епископ в ЮАР, активный борец с апартеидом, лауреат Нобелевской премии мира 1984 года).

Анкета с вопросами о стиле жизни пациента – отличный способ для выяснения зрительных потребностей пациента и начала разговора о том, как КЛ могут помочь ему жить полноценной жизнью. Контактные линзы предоставляют большую свободу при занятиях спортом, позволяя вести активный образ жизни и чувствовать себя более свободно на общественных мероприятиях. КЛ могут помочь пациенту в создании желаемого имиджа.

Другой простой и более прямой способ формирования базы пользователей КЛ – это обязательно сказать о КЛ как распространенном способе коррекции зрения в конце обследования зрения. Например, так: «Результаты сегодняшнего обследования вашего зрения показали, что ваш рецепт изменился. Ваши глаза здоровы, и я думаю, учитывая ваш образ жизни (судя по заполненной Вами анкете), Вам больше подходят контактные линзы. Я могу предложить вам прямо сейчас их попробовать».

Такой подход будет гораздо эффективнее, чем просто предложить «Не хотите попробовать контактные линзы?». Более того, просто спрашивая всех пациентов, носили ли они когда-нибудь контактные линзы, можно их вызвать на более детальный разговор о КЛ. Некоторым пациентам, возможно, когда-то сказали, что у них имеются противопоказания для ношения КЛ, или что для их рецепта нет готовых КЛ, и поэтому они смирились с очками как единственно возможным для них средством коррекции зрения. Этот разговор поможет также выяснить, пробовал ли пациент раньше носить КЛ и позднее отказался от них.

Использование КЛ, чтобы помочь пациенту выбрать очки, дает специалисту удобную возможность продемонстрировать ему комфорт, который может быть достигнут с КЛ, и приобрести личный опыт ношения линз. Исследование EASE⁸ показало, что когда пациентам предоставили возможность поносить КЛ, то более 80% отметили, что КЛ обеспечили им хорошее зрение, что их ношение было комфортно и что КЛ помогли им выбрать очки. Исследование показало, что при таком подходе средняя стоимость продаваемых очков выросла на 30% и что в группе пациентов, которым предлагали попробовать поносить КЛ, 38% в течение 3-х месяцев вернулись в оптику, чтобы купить КЛ; для сравнения: из контрольной группы вернулись только 13%.

Преимущества «двойного» ношения

В среднем пациенты, которые одновременно пользуются и очками, и КЛ, тратят на уход за глазами в 2,3 раза

больше, чем пользователи только очками.⁹ Пациенты, пользующиеся и очками, и КЛ, получают возможность выбора способа коррекции, и когда они носят КЛ, то ощущают практические и эмоциональные преимущества. Значительное число пользователей очками, которым не нравится их носить, могли быть когда-то дезинформированы относительно КЛ, и они, возможно, ждут, когда специалист порекомендует им КЛ. Важно понимать, что разница между пациентами «двойного» ношения и теми, кто носит только очки, проявляется в ситуациях, когда КЛ оказываются предпочтительней.

Недавний опрос показал, что 34% пользователей КЛ сохраняют лояльность к своим специалистам больше 5 лет.¹⁰

Максимально эффективное использование существующей базы данных пользователей КЛ

Контакт с вашими текущими пациентами, уже пользующимися КЛ, – это еще одна возможность увеличить доход. Разговор с пациентами о последних инновациях поддержит их интерес и повысит значимость последующих визитов к специалисту после подбора линз, а также предоставит им возможность вовремя сделать «апгрейд» своим контактными линзам до новейших технологий.

Комфорт и зрение – вот две ключевые области, в которых у пациента наибольшие ожидания. Комфорт, как мы знаем, субъективное ощущение. Спросите пациента о комфорте при надевании линз в течение дня и в конце дня. Поинтересуйтесь, не появляется ли дискомфорт к концу дня; выяснение причины любого проявления дискомфорта позволит вам предложить альтернативное решение, например, попробовать КЛ из нового материала, заменить раствор для ухода за линзами, изменить частоту замены КЛ или применить медикаментозное лечение.

Важно понимать, как ваш пациент оценивает свое зрение в своих текущих контактных линзах. Новые дизайны мультифокальных КЛ и расширенные диапазоны их параметров позволяют оптимизировать зрение за счет выбора материала и модальности, которые ранее не были доступны. Помните, что плохое зрение может повлиять на ощущаемый пациентом комфорт, поэтому регулярная оценка зрения может быть ключом к тому, чтобы ваши пациенты оставались довольными.

Повышение осведомленности о КЛ

Мы, как специалисты, можем из-за недостатка времени не заводить с пациентами разговор о КЛ, но при этом мы рискуем упустить тех пациентов, которые даже не подозревают, что они могут успешно носить КЛ. Один из самых важных моментов, который может изменить вашу практику, – это демонстрация пациенту комфорта и зрения, которые они могут получить с КЛ. Это особенно актуально во время нынешней пандемии, когда люди, носящие очки, испытывают

неудобство из-за запотевания очков и мечтают найти решение этой проблемы.¹¹

Опросы более 8000 потребителей в разных странах показали, что более 8 из 10 пользователей очками сталкивались с запотеванием очковых линз при ношении медицинской маски.^{11,12} Чтобы справиться с проблемой, почти каждый третий пользователь (30%) снимал очки, подвергая себя риску из-за плохого зрения, и 21% неправильно носили маску, например, не прикрывали ею нос.¹² Очень немногие люди обращались к специалистам за советом (2%)¹²; при этом, по данным проведенного в Европе опроса, 86% участников согласны, что им было бы интересно больше узнать о возможных решениях этой проблемы.¹¹

Можно отредактировать письма-напоминания пациентам так, чтобы включить в них информацию о преимуществах КЛ; а сотрудники оптики, встречающие клиентов, могут играть активную роль в информировании новых и потенциальных пользователей КЛ, расширяя время общения с пациентами во время их визита путем поддержания разговора о КЛ и комфорте, получаемом при их ношении.

Контактные линзы для всех возрастов

Инновации в дизайне и технологиях производства КЛ позволяют специалистам занять более широкий и более «лояльный» сегмент оптического рынка. Новые технологии означают, что теперь у нас появилось больше возможностей подобрать КЛ для более широкого диапазона возрастов пациентов. Две большие области в контактных линзах, позволяющие увеличить ваш бизнес, – это подбор КЛ линз детям и пресбиопам.

Детская близорукость становится все более распространенной. По прогнозам, к 2050 году 50% мирового населения будет близоруким¹³, а в Западной Европе этот показатель, как ожидается, составит 56%. Проблема с прогрессирующей миопией и ее контролем, сложившаяся в этом десятилетии, сохранится и в будущем и станет одним из самых больших стимулов для роста индустрии КЛ и оптометрической практики.

По мере увеличения числа миопов специалисты будут видеть в своем кабинете все больше близоруких детей и будут больше разговаривать о миопии с детьми и их родителями. Специалисты должны уметь обсуждать преимущества контроля миопии у детей для поддержания здоровья их глаз во взрослом возрасте, а также уметь описывать преимущества для зрения, качества и образа жизни, а также косметические преимущества, которые получают дети при ношении КЛ.¹⁴ Хотя лечение близорукости – горячая тема, не надо забывать и о детях с дальнозоркостью и астигматизмом, которым также может быть полезно носить контактные линзы. Многие родители могут не знать, что КЛ – хороший вариант для их ребенка, а те родители, которые когда-то пользовались КЛ, могут вспомнить свой неудачный опыт, когда впервые попробовали носить КЛ. Позитивное обсуждение преимуществ КЛ для детей может привести к пробному подбору линз.

Было показано, что детям комфортно носить КЛ и как запасной вариант при ношении очков, и как основной метод коррекции зрения.¹³ Подбор КЛ детям занимает не больше времени, чем взрослым, единственное дополнительное время, которое потребуется, – это обучение надеванию и снятию линз, на которое уйдет дополнительно около 15 минут.¹⁴ По опыту автора, по-

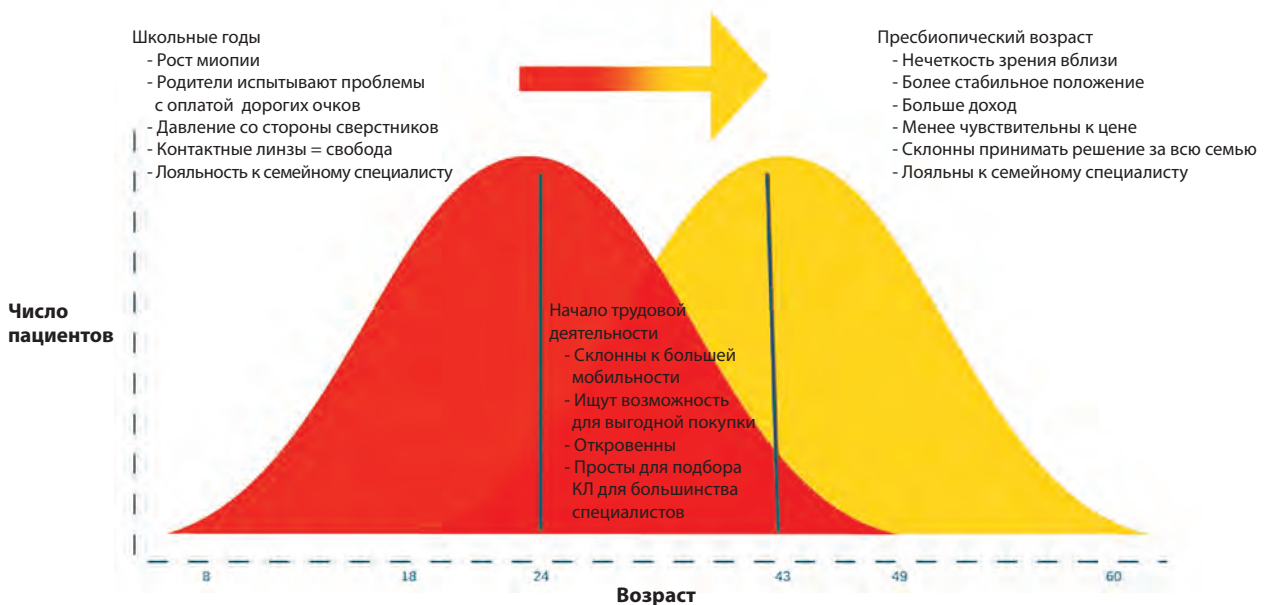


Рис. 2. Лояльность детей и пресбиопов, которым подобраны контактные линзы (на основе данных по подбору КЛ в практике И.Гроу)

строить этот ценный сектор бизнеса в контактной корпорации очень поможет тренировка в подборе КЛ детям, на которую уйдет от половины до целого дня.

За последнее десятилетие мы стали свидетелями множества инноваций в мультифокальных линзах. Современные мультифокальные силикон-гидрогелевые КЛ, доступные как однодневные линзы, а также в торическом дизайне, дают возможность многим пресбиопам продолжить ношение КЛ, а также позволяют новым пользователям КЛ носить их как на постоянной основе, так и используя их эпизодически как замену очкам.

Существует мнение, что подбор мультифокальных линз пресбиопам требует дополнительных навыков и времени, однако это не так.¹⁵ Производители линз предоставляют детальные руководства по подбору мультифокальных линз, чтобы сделать его легче, и если следовать этим руководствам, то успешность подбора мультифокальных линз будет высокой. Сегодня для упрощения процесса подбора и достижения высокого уровня успеха доступны цифровые приложения для мобильных телефонов и для настольных компьютеров, такие как, например, OptiExpert (CooperVision).

Подбор КЛ пресбиопам и детям приводит к доверительным и лояльным долгосрочным отношениям. Мы знаем, что пользователи КЛ более лояльны к оптике, и, по опыту докладчика, родители с меньшей вероятностью откажутся для своих детей от услуг офтальмолога, если в отношениях есть доверие. Подбор КЛ детям также дает возможность специалистам более внимательно посмотреть на заботу о глазах родителей (рис.2).

Преимущества для пациентов и практики

Пациенты обращаются к своему специалисту за рекомендациями относительно их очков. Было показано, что проактивный подход к рекомендации КЛ улучшает доверие пациентов к специалисту, а также повышает их лояльность и способствует направлению новых пациентов к специалисту.

В исследовании, проведенном для определения рентабельности пользователей КЛ в течение всей жизни, было показано, что пользователи КЛ приносят оптике на 60% больше прибыли, чем пациенты, носящие только очки.⁷ Такой уровень прибыльности не может быть достигнут, если просто рекомендовать КЛ. Вместо этого специалист должен коренным образом пересмотреть свой подход к бизнесу и пациентам.

Возможно, трудно сразу понять, что пациенты, пользующиеся КЛ, более выгодны с точки зрения прибыли, однако, если посмотреть на дополнительные покупки в течение жизни пользователя КЛ, то вклад, который это направление приносит в вашу практику, становится очевидным и очень убедительным.

Если специалист сконцентрируется на выстраивании долгосрочных отношений со своими пациентами после

того, как им подберут КЛ, то, скорее всего, произойдет следующее:¹⁶

1. Специалист увидит, что вначале прибыль от КЛ невелика, но постепенно становится больше, чем только от одних очков. Одновременное пользование пациентом очками и КЛ обеспечивает идеальное сочетание удовлетворенности пациентов и получения прибыли.

2. Специалист начнет переводить свой бизнес с модели, ориентированной на отдельную покупку, на модель, которая выстраивает долгосрочные отношения с пациентами.

3. Специалист увидит дополнительные коммерческие преимущества долгосрочных отношений с пациентами, пользующимися КЛ, поскольку при повторных посещениях они покупают очки и солнцезащитные очки в дополнение к новым КЛ.

4. Специалист получит новых пациентов, поскольку довольные постоянные пациенты, пользующиеся КЛ, будут рекомендовать его своим друзьям и родственникам.

КЛ не только улучшают жизнь наших пациентов, но и дают им четкое зрение. Проактивный разговор о преимуществах КЛ может привести к тому, что многие пациенты решат переключиться с очков на КЛ.

Подписка на контактные линзы

Как упоминалось ранее, в Великобритании самая высокая доля рынка КЛ в Европе. Возможная причина этого в том, что многие пациенты покупают КЛ по подписке. Подписки позволяют пациентам оплачивать свои линзы на регулярной, периодической основе, и они включают как прием у специалиста, так и продукты.

За последнее десятилетие количество вариантов подписки увеличилось, и клиенты привыкли оплачивать мобильную связь, кабельное телевидение, пакеты отдыха и развлечений на основе обычной ежемесячной подписки. Преимущество подписки на контактные линзы заключается в том, что она не требует никаких обязательств, и ее можно отменить в любой момент. Модель подписки входит даже в планы производителей автомобилей.

Подписка в форме прямого дебета все чаще используется в Великобритании и Европе, чтобы помочь клиентам управлять своим ежемесячным бюджетом и предоставить им удобный способ оплаты услуг. В Великобритании 58% потребителей покупают контактные линзы по подписке, на втором месте в Европе находится Норвегия (42%), а в странах Южной Европы (Италия и Испания) таких пациентов в среднем всего 16%.⁴

Предложение услуги прямого дебета также усиливает лояльность к оптике со стороны пациента.⁴ Автоматическая доставка контактных линз непосредственно пациенту обеспечивает простоту и удобство ношения контактных линз пациентами, но также приносит поль-

КОНТАКТНЫЕ ЛИНЗЫ



Рис.3. Долгосрочный полный доход от линз MiSight 1 day за год от 4 новых подборов контактных линз в месяц при оплате по 50 евро в месяц по подписке

зу и вашей практике. Подбор КЛ четырем новым пациентам в месяц и применение модели оплаты прямым дебетом, покрывающей все их потребности в ношении контактных линз и уходе за глазами, приведет к росту посещаемости оптики и увеличению прибыли (рис. 3).

Долгосрочные регулярные подписки, такие как прямой дебет, могут значительно увеличить общий оборот практики, которая в результате станет меньше подвержена влиянию экономических изменений или пандемий (рис.4). Рынок КЛ во время текущей пандемии остается устойчивым, и частота ношения КЛ вернулась к уровню до начала локдауна, как только введенные ограничения были сняты.¹⁷

Выводы

Знать, что вы изменили жизнь пациента к лучшему, – это прекрасное чувство. Делать это и одновременно выстраивать более стабильный и прибыльный бизнес – одна из наиболее приятных сторон оптометрической практики. Внося в свою практику несколько экономически выгодных изменений, заняв проактивную позицию в общении с пациентами, вы можете изменить свой бизнес к лучшему. То, как мы разговариваем с нашими пациентами, а также слова и фразы, которые мы при этом используем, могут иметь для пациентов очень большое значение, поскольку мы как специалисты являемся гарантом успеха.

Как указано в названии статьи, пользователи КЛ для нас являются покупателями бриллиантов, и можно достичь четырех дополнительных подборов КЛ в месяц, просто изменив фразеологию в конце обследования зрения, например, сказав: «Вы помните ситуации, когда носить очки было неудобно?». Почему бы не начать так делать?

Об авторах

Инди Гроул (Indie Grewal) – оптометрист, президент BCLA 2020-2021 гг., практикующий специалист по контактным линзам и директор франшизы Leightons Opticians & Hearing-care в Сент-Олбансе, Хартфордшир. Он является платным консультантом CooperVision. **Фабио Карта** (Fabio Carta) – менеджер компании CooperVision по профессиональной поддержке в странах Европы, Ближнего Востока и Африки.

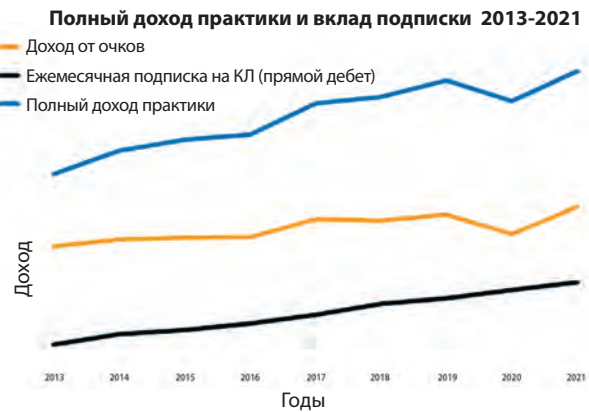


Рис.4. Долгосрочный вклад оплаты по подписке в общий оборот практики (собственная практика И.Гроула)

Ссылки

1. CVI data on file 2020. A Comparison of European Soft Contact Lens and Lens Care Markets in 2020 EUROMCONTACT a.i.s.b.l. 2020 Market Data Commentary
2. CVI data on file 2018. Vision Needs Monitor 2018. 4,212 UK consumers aged 15+, Kynetec, September 2018
3. CVI data on file 2020. Verve - Vision and usage study report 2020
4. CVI data on file 2018. Vision Needs Monitor 2018. 47,839 consumers aged 15+, Kynetec, September 2018
5. Patel K et al. Contact lenses: so much more than simple correction of refractive error. Optician 2021; 15 Jan: 25-29
6. CVI data on file 2020. Based on a multinational online survey in Italy n=100 (91%) and Japan n=49 (78%) new wearers in 1 Day SiHy
7. Ritson M Which patients are more profitable? Contact Lens Spectrum March 1, 2006.
8. Atkins NP et al. Enhancing the approach to selecting eyewear (EASE): A multi-centre, practice-based study into the effect of applying contact lenses prior to spectacle dispensing CLAE 2009.
9. CVI data on file 2018. Vision Needs Monitor 2018. 58,485 consumers aged 15+, Kynetec, September 2018.
10. CVI data on file 2018. Retailer Health Check Study, YouGov, June 2019. All countries: n=2484
11. CVI data on file 2020. COVID-19 spectacle wearers online survey, Verve, October 2020 Total n=1050, UK, Italy, Spain, Sweden, Germany, France, Poland.
12. CVI data on file 2020. YouGov online survey. 8,203 adults aged 18+ in US, Japan, Great Britain, Italy, Sweden, Canada, The Netherlands and Australia who wear glasses only (n=4,139) or both glasses and CLs (n=4,064).
13. Holden BA et al. Global Prevalence of Myopia and High Myopia and Temporal Trends from 2000 through 2050, Ophthalmology, May 2016 Volume 123, Issue 5, 1036-1042
14. Jones-Jordan LA et al. A comparison of spectacle and contact lens wearing times in the ACHIEVE study Clin Exp Optom 2010; 93: 3: 157-163
15. S Smith et al. Chair time required for the fitting of various soft contact lens designs. BCLA paper presentation 2021.
16. Walline JJ et al Contact Lenses in Pediatrics (CLIP) Study: Chair Time and Ocular Health Optom Vis Sci 2007 Sep;84(9):896-902
17. CVI data on file 2020, Covid-19 contact lens practitioner survey, Flame Health, May 2020. Base (all respondents): Total n=385, UK (n=215), Spain (n=170)