

Conferencia Patrocinada

18-02-2012 • 11:10 - 11:30 → Sala N-111 + N-112

Diez trucos de los mejores adaptadores del mundo de lentes de contacto multifocales



CooperVision[®]
Live Brightly.

Manuel Gómez Serrano-Sánchez

Diplomado en Óptica y Optometría por la Universidad Complutense de Madrid, ha realizado estudios universitarios de Ciencias Físicas por la UNED, un post-grado en Marketing para la Óptica en la Universidad San Pablo CEU y un Executive en Dirección de Marketing y Ventas en Deusto - Universidad Europea de Madrid.

Las lentes de contacto multifocales ya facturan más de 10 millones de euros en España, lo que ya representa una cifra muy considerable. Pero en países como Francia esta cifra llega hasta los 60 millones de euros, teniendo las mismas herramientas y las mismas exigencias en sus pacientes.

LA HISTORIA NO HA AYUDADO AL CRECIMIENTO DE LAS LENTES DE CONTACTO MULTIFOCALES

Es cierto que desde los años 80 ya se comercializaban lentillas multifocales, y, claro, a los laboratorios ya les tocaba decir que funcionaban y que merecía la pena probarlas. Como los diseños no estaban muy conseguidos, esto provocó mucha frustración en los profesionales que las probaban.

Repasando las cifras de volumen de ventas, se ve que, hasta hace 4 años, las ventas de lentes de contacto multifocales eran totalmente simbólicas y no representaban algo valorable en el total del mercado. Por ejemplo, productos como las lentes de contacto cosméticas tenían una cuota mucho más valorable que las multifocales, pero actualmente, en el mercado español, las lentes de contacto multifocales facturan más de un 30% más que las lentes cosméticas. Además, las multifocales crecen alrededor del 15% anual y las cosméticas están planas.

¿QUÉ PROVOCA TENER MÁS O MENOS ÉXITO EN LAS ADAPTACIONES?

En conversaciones con los mejores adaptadores de multifocales del mundo, hemos recopilado cuáles son sus trucos y protocolos para asegurarse múltiples casos de éxito con lentes de contacto multifocales.



¿CÓMO TRABAJA EL CEREBRO EN LA SELECCIÓN DE IMÁGENES EN LAS LENTES DE CONTACTO MULTIFOCALES?

Uno de los puntos más importantes para un óptico-optometrista a la hora de entender cómo sus pacientes van a tramitar las imágenes es entender cómo funciona el cerebro. Durante la conferencia se repasarán los conceptos que nos enseña la neurociencia acerca de cómo el cerebro tramita la información que recibe y cómo la selecciona.

¿CÓMO PODEMOS MOTIVAR A NUESTRO PACIENTE Y A SU CEREBRO PARA QUE SELECCIONE IMÁGENES?

El mundo actual se mueve al ritmo de las motivaciones de sus habitantes. Nos ocurre igual en las adaptaciones de lentes de contacto multifocales. Sin motivación no hay éxito. En primer lugar, es el profesional el que debe estar motivado y transmitir confianza al usuario. Esto es un “perogrullo” en todos los ámbitos, pero, cuando se trata de que tengamos que motivar a un cerebro para que seleccione entre dos imágenes, la motivación es imprescindible.

Hay que trabajar áreas como motivar al paciente en la lectura de algo que realmente le interese y que testeé las lentes en ámbitos que le agraden, por ejemplo, evitando llevarlas al trabajo los primeros días.