



Una gama de lentes inteligente, no necesita categorías

ZEISS SmartLife ofrece una solución para cada cliente

Octubre de 2019 | Entrevista con Manuela Weinreich, Product Manager Lens Designs en ZEISS Vision Care, acerca de ZEISS SmartLife, la nueva gama completa de lentes oftálmicas de alta calidad.

El estilo de vida y las necesidades visuales de personas con edades diferentes requieren de soluciones que vayan más allá de los límites de las categorías tradicionales de lentes. Este es el objetivo que ZEISS SmartLife hace posible desde su lanzamiento. Para los profesionales del sector óptico, el planteamiento de este nuevo catálogo completo de lentes tiene una ventaja fundamental: satisface las necesidades de la mayoría de sus clientes, con una única solución.

¿Por qué se ha lanzado ZEISS SmartLife como una gama de lentes completa?

Para desarrollar un producto nuevo, en ZEISS siempre tenemos en cuenta los últimos descubrimientos científicos, recurrimos a estudios de mercado y, lo que es más importante, nos ponemos en la piel del consumidor. Cuando dimos los primeros pasos en el desarrollo de ZEISS SmartLife, resultó clave confirmar que hoy en día una amplia mayoría de la población mundial lleva un estilo de vida dinámico. Estamos siempre en movimiento, conectados, en contacto con el mundo y con nuestra gente. Y es precisamente este estilo de vida lo que impacta en nuestra conducta visual y, en definitiva, en el diseño de las lentes, independientemente de la edad que tengamos.

Lanzar productos personalizados de manera aislada, como pueden ser lentes monofocales o progresivas, no hubiera estado a la altura de las circunstancias. Los consumidores no piensan en estas categorías. Simplemente quieren obtener la mejor solución posible para su caso. Por lo tanto, el actual es el momento adecuado para elaborar un catálogo completo que acabe con los límites convencionales entre las lentes monofocales, digitales y progresivas. Independientemente de su edad, todos los usuarios de lentes de nuestra nueva gama, van a poder afirmar que ZEISS ha encontrado la solución perfecta a su problema visual, y que *sus* lentes ZEISS SmartLife funcionan a la perfección.

¿Quiere decir que ZEISS ha eliminado categorías como las lentes monofocales o progresivas?

Sí y no. En nuestros procesos de TI y en nuestro software para realizar pedidos, estas categorías van a seguir empleándose ya que forman parte de los pilares de la Óptica y de la Oftalmología y seguirán siendo estándares en el sector. Sin embargo, los profesionales de la visión ya no van a necesitarlas más para explicar el producto al consumidor.

¿Por qué ahora?

Es importante entender que el lanzamiento de ZEISS SmartLife está basado en los últimos estudios, y que se ha llevado a cabo para incorporar las últimas tecnologías existentes y las innovaciones recientes. Hemos ampliado nuestros conocimientos especializados y hemos tenido en cuenta los descubrimientos más punteros. ZEISS lanzó al mercado las lentes digitales en 2015, creando un puente entre las lentes monofocales y las progresivas. Al principio la importancia recaía en que los dispositivos digitales reducían la distancia de lectura, por ejemplo al leer un artículo en un teléfono



inteligente, algo que sigue sucediendo hoy en día y de lo que hemos podido aprender enormemente. Sin embargo, el mundo cambia muy rápido y, con él, nuestro estilo de vida. Actualmente, leemos constantemente contenido digital. Ahora, lo normal es lo digital, es parte de nuestro día a día, y no solo ha transformado nuestros hábitos de lectura. Interactuamos con varios dispositivos a la vez, lo que crea áreas de aplicación completamente nuevas: casas inteligentes, la comunicación con amigos y familiares, servicios de streaming, datos relacionados con la salud en los relojes inteligentes o asistentes de voz, entre muchas otras.

Todo esto está relacionado con la accesibilidad y el dinamismo, algo que confirman las cifras con un aumento creciente de los dispositivos con conexión a Internet. Ahora no solo utilizamos una tableta, sino varios dispositivos y, a menudo, al mismo tiempo. Somos muchos los que estamos siempre conectados. Ya no se trata de leer un artículo extenso, sino de alternar la lectura de varios dispositivos y de enfocar a distintas distancias cuando vamos cambiando entre una y otra fuente de información. Así pues, debíamos tener en cuenta todos estos aspectos en el diseño de nuestras lentes. La frontera entre el mundo analógico y el digital es cada vez más tenue. Ya no solo miramos el móvil en nuestro tiempo libre, ahora lo hacemos mientras nos desplazamos. Estamos disponibles y conectados en cualquier lugar, con la familia, con los amigos y hasta con los electrodomésticos. Incluso cuando realizamos actividades absolutamente analógicas, como cocinar, consultamos las recetas en nuestras tabletas. Los consumidores de hoy ya no se pueden imaginar otra época en la que el mundo era diferente.

Por eso, este es el momento perfecto para lanzar unas lentes modernas que atiendan precisamente a este estilo de vida y a los nuevos hábitos visuales de nuestros consumidores adultos.

¿Por qué el catálogo completo de ZEISS SmartLife aporta valor añadido a los profesionales de la visión?

La mayor ventaja tiene que ver con las consultas y preguntas de los clientes. Al fin y al cabo, ZEISS SmartLife permite que los profesionales del sector tengan que explicar un sólo producto a una inmensa mayoría de clientes que necesiten una gafas para uso diario. Es suficiente con adaptar una oferta a cada caso particular y describir únicamente un paquete tecnológico. Cada recubrimiento, cada color y el abanico de opciones de personalización están disponibles en un mismo producto: ZEISS SmartLife. El asesoramiento y las ventas son ahora más fáciles que nunca.

Es más, ZEISS ha desarrollado una herramienta nueva para obtener el historial visual del paciente: ZEISS Smart Guide. Esta guía inteligente fue probada en colaboración de la Universidad de Aston en Birmingham y con Bayfields Opticians en varias localizaciones en el Reino Unido. Antes de recomendar las lentes ZEISS SmartLife idóneas, esta sencilla herramienta de comunicación plantea tres preguntas fáciles, sobre la edad del paciente, los problemas visuales y las lentes que ya se están utilizando. Creo que es una magnífica forma de empezar con el nuevo catálogo. Estas lentes atesoran tecnología e innovación. Y ZEISS ha logrado condensarlo con éxito para que los profesionales de la salud visual trabajen de forma rápida y atiendan a sus clientes sin demoras. Además, para los nuevos ópticos, entender el nuevo catálogo será tremendamente sencillo porque, seamos sinceros, algunas de las tecnologías que incorporan nuestras avanzadas lentes para gafas tienen una elevada complejidad y no siempre resultan sencillas de explicar. Al mismo tiempo, y en el caso de que



algunos clientes quieran profundizar en detalles tecnológicos o disfruten conociendo las tecnologías innovadoras, siempre se puede profundizar sobre el tema.

Puede dar la impresión de que hay demasiada información que asimilar, al fin y al cabo se trata de un catálogo nuevo completo, pero la gama ZEISS SmartLife ha cuidado todos los aspectos de la producción con la misma inteligencia de la que presume. Hemos integrado numerosos aspectos de la ampliación del catálogo de ZEISS con los que los profesionales de la visión están familiarizados, de manera que van a poder seguir realizando los pedidos como antes. Se han conservado los distintos niveles de personalización y el rango de precios. Por tanto, ZEISS SmartLife cubre todos los requisitos habituales de las gafas de uso diario. Incluso aquellos que no están acostumbrados al sistema de ZEISS verán que estamos esforzándonos al máximo para ofrecer la máxima comodidad para el usuario.

Creo que la mayor ventaja del catálogo es que los profesionales del sector pueden seguir centrándose en sus clientes sin la limitación que representan las categorías, ayudándoles a encontrar la mejor solución para ellos.