

Бизнес-конференция компании Alcon



30 мая 2017 года в отеле Radisson Resort, Завидово (Тверская область) прошла ежегодная бизнес-конференция компании Alcon.

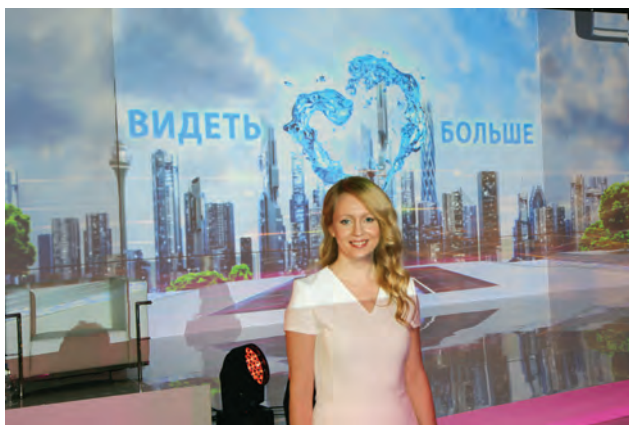
После успеха состоявшейся ровно год назад конференции, посвященной выводу на российский рынок новой линзы Dailies Total 1, компания Alcon решила сделать такие встречи ежегодными и именно в бизнес-формате. В этой связи компания пригласила руководителей оптических салонов и крупных оптических сетей из крупнейших регионов России.

Большинство гостей приехали в отель заранее и имели возможность полюбоваться окрестностями гостиницы, находящейся в Завидовском заповеднике в верхнем течении Волги.

Конференцию открыла генеральный директор Alcon в России Т.Гатинская. Название конференции «Видеть больше» было выбрано неслучайно. Мы живем в быстро меняющемся мире, в котором выигрывает тот, кто первым увидит что-то новое. В нашу жизнь приходят новые технологии, и мир становится в прямом смысле все более «мобильным». Но очень важны и люди, стоящие «за новыми технологиями». Применительно к нашей отрасли можно сказать, что благодаря собравшимся в зале руководителям оптического бизнеса мы движемся вперед. Россия – очень сложный регион для ведения стабильного бизнеса. И удивительно, как наши ведущие оптики умеют работать в условиях регулярно повторяющихся экономических кризисов. Компания Alcon, со своей стороны, пытается привести

новые идеи и бизнес-стратегии, способствующие росту оборота оптических салонов. В частности, была упомянута программа Practice Performance Management, объясняющая, как назначать очки одновременно с контактными линзами.

Затем выступил вице-президент Alcon зоны развивающихся рынков Р.Лопез. Он напомнил важные даты 70-летней истории компании. Наверное, уже никто не помнит, но идея подкрашивания линз для удобства обращения была впервые воплощена именно компанией Alcon. Первая силикон-гидрогелевая линза (Focus Night & Day), изменившая мир контактной коррекции, – это тоже Alcon (тогда еще CIBA Vision, теперь ставшая частью Alcon). Первая в мире линза с градиентным влагосодержанием Dailies Total 1 уже год доступна на российском рынке. Сегодня компания Alcon тратит около 1 млрд. долларов в год на научные исследования в области офтальмологии в стремлении подтвердить, что давно стала «компанией одного окна» для специалистов. Разумеется, Alcon – это не только контактная коррекция. Это огромный офтальмохирургический бизнес, и новые технологии Alcon востребованы во всем мире.



Вернувшись к контактной коррекции, докладчик напомнил, что Alcon является компанией №1 в Европе и компанией №2 в мире по объему продаж средств контактной коррекции зрения. Многочисленные программы Alcon поддержки и развития розничного бизнеса способствуют росту оборота оптик. Уже упомянутая программа Practice Performance Management увеличивает оборот на 40% за счет

рекомендации очков пользователям контактными линзами. И этот подход уже становится стандартом индустрии! По его словам, будущее за многофункциональными офтальмологическими центрами, способными проверить зрение у новорожденных, подобрать коррекцию детям, подросткам и взрослым людям и предложить хирургическую помощь нуждающимся в ней немолодым пациентам.

Слова «блоггер», «хэштег», «постинг» и пр. стали привычной терминологией наших пациентов. И если мы не успеем воспринять новые технологии, наши пациенты в поисках средств коррекции зрения найдут тех, кто общается на их языке.

М.Фатахова, эксперт компании Google, продолжила развивать тему «цифровой революции» в сегодняшнем мире. Интернет очень быстро стал массовым глобальным явлением. Стоимость пользования интернетом постоянно снижается. Сегодня число пользующихся интернетом с мобильных устройств уже превосходит количество выходящих в интернет со стационарных компьютеров. Мы движемся в сторону тотального доминирования интернета, мобильных девайсов (с целью развлечения или с прикладными целями) и компьютерного обучения. Только в поисковике Google число запросов в России в категории «зрение» превышает 10 млн обращений в год (причем уже почти 70% запросов делается с мобильных устройств). Сегодняшние потребители ценят удобство. Поэтому производители и продавцы средств коррекции зрения вынуждены «подстраиваться» под потребителя. А интернет очень удобен – это море информации, ее доступность, разнообразие, возможность познакомиться с реальными отзывами о продукции, возможность выбора способа оплаты и скорость самой оплаты.

Но обратим внимание на обратную тенденцию – крупнейший online продавец в мире Amazon объявил о планах открытия розничных магазинов, но абсолютно нового типа: там не будет касс и кассиров – покупатель просто сканирует штрих-код со своего товара и оплачивает все с мобильного устройства. И это не единичный случай. Известный американский online продавец оптики Warby Parker открывает 31 стационарный магазин, которые будут работать в варианте шоу-румов. То есть покупатель может зайти, примерить понравившуюся ему оправу, а потом купить ее online. Но покупатели все же остаются консервативными: они чаще обращаются к интернету для изучения свойств товаров, цен, отзывов, но по-прежнему в некоторых категориях товаров предпочитают делать покупки в розничных магазинах.

Хотя следует обратить внимание, что большинство существующих сайтов неоптимизированы для работы с мобильных устройств. Основные проблемы – сайты медленно открываются, а размер шрифта не позволяет читать что-то с экрана смартфона. Это особенно важно, если учесть, что 78% сегодняшних покупателей проводят



больше времени online перед покупкой, чем в магазине. Для оптики очень важно иметь собственный сайт, причем с «привязкой» по карте и указанием точного адреса: ведь нет ничего ценнее потенциального покупателя, который уже рядом с вами. Стремительно нарастает поиск товара «по карте» – покупателю это очень удобно. Резюмируя свои мысли, докладчик призвала всех к готовности к переменам и привела в пример слова медиа-магната Руперта Мердока: «Большой больше не победит маленького. Только быстрый одержит победу над медленным».

В качестве специального гостя выступила известный блогер из Челябинска С.Гудим. Для молодежи сегодня чтение блогов – важный источник информации, который не стоит недооценивать. Она рассказала, в чем состоит работа блогера. Это отнюдь не развлечение, и очень многие вступают на этот путь просто попробовать, не думая о «монетизации» своих усилий.

Предприниматель В.Маринович рассказал, как строятся сегодняшние бизнес-стартапы. Он участвовал в разработке многих известных проектов: службы заказа такси Gett, разработке брендов SELA и «Русский стандарт», развитии сети розничных магазинов «Дикси» в Санкт-Петербурге. По его словам, «будущее уже наступило», и в ближайшее время все будет оцифровано. В качестве примера он привел службу Gett, которая совмещает службу такси и IT-технологии. Год назад компания Volkswagen вложила сотни миллионов евро в этот проект. Видимо, за подобными проектами будущее: это быстро, удобно и дешево. Следует иметь в виду, что





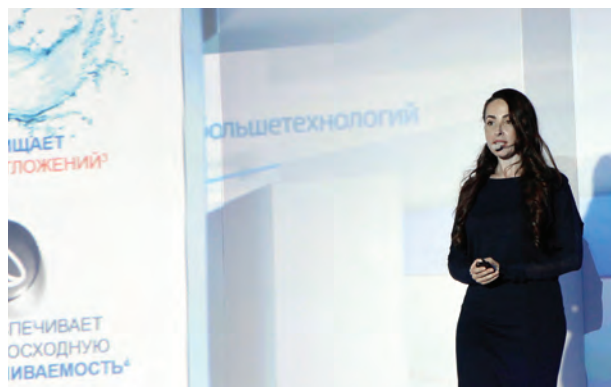
в современном мире трудно ожидать от клиента твердой лояльности: он, скорее, выберет удобство и скорость получения услуги. Но имеющиеся технологии позволяют осуществлять ежедневный эффективный контроль за деятельностью менеджеров. На стандартную отговорку «Сегодня вообще не было посетителей, и даже никто не звонил» теперь можно аргументированно ответить: «А сколько раз ты сам в течение дня позвонил потенциальным покупателям?». Между прочим, 23 из 50 крупнейших компаний в мире работают только online. Сегодня очень важно, чтобы оптика не только имела свой сайт, но и проявляла активность, связанную с профессиональной деятельностью, в соцсетях. Ваши будущие покупатели высоко оценят ваши усилия. Крупные интернет-магазины с большой степенью вероятности могут спрогнозировать следующую покупку заказчика и сделать ему вовремя соответствующее предложение.

В дискуссии о проблемах развития контактной коррекции выступили популярная телеведущая Т.Ларсен, менеджер по профессиональной поддержке Alcon в России О. Захарова и региональный директор Alcon по маркетингу С.Локателли.

По словам С.Локателли, сегодня в Европе 24 млн человек пользуется линзами плановой замены, еще 14,5 млн человек – однодневными линзами и лишь 0,7 млн человек – традиционными линзами. В России это примерно 1,8 млн пользователей линзами плановой замены, плюс 0,9 млн пользователей однодневными линзами и 0,8 млн (!) пользователей традиционными линзами. Последняя цифра свидетельствует о крайней консервативности российского рынка.

О.Захарова немного рассказала о новой линзе Air Optix Plus HydraGlyde. Как и все семейство Air Optix, новые линзы производятся по технологии SmartShield, создающей ультратонкий защитный слой вокруг поверхности линзы. Эта технология помогает значительно уменьшить накопление липидов на линзе. Кроме того, чтобы линзы Air Optix Plus HydraGlyde еще больше сохраняли увлажнение в течение дня, компания привнесла в линзы Air Optix Aqua технологию увлажнения HydraGlyde Moisture Matrix. По данным компании, после 16 часов имитированного ношения контактный угол линз Acuvue Oasys вырос с 7° до 47°, для линз Biofinity с 15° до 32°, для линз Air Optix Aqua с 7° до 21°, а для линз Air Optix Plus HydraGlyde с

7° до 8°, что свидетельствует практически о сохранении увлажненности поверхности новых линз (большой контактный угол означает худшую смачиваемость). Были приведены результаты опросов пациентов о новой линзе, проведенные во Франции и России. В среднем, около 90% пациентов считают, что новые линзы комфортны при надевании и продолжают оставаться комфортными в течение дня.



После окончания конференции гостей пригласили в «Лабораторию Alcon», где все имели возможность задать вопросы о новых линзах и примерить их.

