

DER 9 | 16 AUGEN OPTIKER

Wissen | Mode | Maß



OWP

OWP Fashion GmbH | www.owp.de

Besser beraten – mehr Umsatz

Mit Brille gut sehen und noch besser aussehen – das sind die Ansprüche der heutigen Brillenkunden. Wer als Verkäufer also auch bei der Stilberatung punktet, baut eine gute Kundenbeziehung auf und hebt sich gegenüber den Mitbewerbern ab. Die notwendige Beratungskompetenz vermitteln professionell durchgeführte Farb- und Stil-Seminare für Optiker.

Autorin | Petra Waldminghaus



Die Brillenfassung rechts nimmt die Form der Augenbrauen auf und passt sehr gut zur Gesichtsform und dem Teint. Das Brillenmodell im linken Bild ist dagegen zu dominant: Der orange Balken unterteilt das Gesicht unproportional und richtet den Blick auf den oberen Rand. Die Farbe harmonisiert nicht zum Farbtyp.

„Die Brille wird immer mehr zum Modeaccessoire, das den persönlichen Stil dokumentiert“, berichtet Augenoptikermeister Michael Windolf, der ein Brillen- und Kontaktlinsenstudio in der Frankfurter City betreibt, „der technische Augenkorrekturfaktor tritt zunehmend in den Hintergrund.“

So wechseln Politiker mit einer neuen Brillenfassung ihr Image und Stars setzen sich durch verrückte Modelle in Szene. Auch der Kunde möchte heute mit seiner neuen Brille ein persönliches Statement setzen und wünscht sich eine entsprechend modebewusste und stilsichere Beratung.

„Das ist eine große Chance für Augenoptiker“, betont Petra Waldminghaus, Geschäftsführerin des Beratungsnetzwerkes CorporateColor, „denn sie können beim Verkauf durch eine Top-Beratung im heiß umkämpften Markt punkten. „Die Brille ist eine Möglichkeit, das Aussehen des Trägers positiv zu verändern: Stellen Sie sich vor, Ihr Kunden verlässt das Geschäft mit einer neuen Brille und sieht besser aus als zuvor!“ So sollte die Devise der Branche nicht mehr nur „gut sehen“, sondern auch „gut aussehen“ heißen.

Know-how ist besser als Bauchgefühl

Um Brillen stilsicher zu verkaufen, ist die Kenntnis einiger Grundlagen der professionellen Farb-, Typ- und Imageberatung hilfreich. Dieser Ansatz wird in der Branche immer noch gern belächelt – schließlich sind Augenoptiker bereits ausgewiesene Experten im medizinischen und optischen Bereich. Warum dann noch eine Weiterbildung in Stilfragen? „Weil es messbaren Verkaufserfolg bringt und die Kundenbindung entscheidend erhöht“, weiß Petra Waldminghaus aus Erfahrung. „Die Optiker, die ich beraten habe, konnten ihren Umsatz um bis zu 20 Prozent steigern. Außerdem ging die Rate der Reklamationen und unzufriedenen Kundenrückmeldungen signifikant zurück.“

Diese Einschätzung wird von Optikermeisterin Jutta Deselaers bestätigt: „Wir Optiker neigen dazu, unsere Kunden gerne bei der Auswahl des Gestells nach dem Bauchgefühl zu beraten und das kann manchmal trügen. So ist es eine Arbeitserleichterung, meine Kunden nach klaren Form- und Stilkriterien ebenso sicher wie kompetent beraten zu können. Das hat sich positiv auf meinen Kundenstamm ►►



Auch bei den Herren führt die Modellwahl nach Farb- und Stilkriterien zu sichtbar guten Ergebnissen: Das kühle Braun passt besser zum Farbtyp und unterstützt zusätzlich die kühle Augenfarbe. Ein kleiner Nachteil des Modells ist der hohe Steg, der die Nase optisch verlängert.





Im Moment sind die warmen braunen Fassungen sehr aktuell. Doch beim Verkauf gilt es, genau hinzuschauen: Diese Fassungen sehen bei einem kühlen Teint nicht sehr gut aus, auch wenn Kunden warme braune Augen haben. Die zweite Farbvariante harmoniert besser zum Farbtyp und zur passenden Kleidung in einem kühlen Roséton.

und unseren Umsatz ausgewirkt.“ Auch Ute Thümmeler, seit 35 Jahren Optikerin und Inhaberin eines Brillen- und Kontaktlinsen-Geschäftes im Südosten Berlins, bekennt: „Selbst ein Profi wie ich konnte beim Farb- und Stilberatungsseminar noch etwas lernen! Ich berate jetzt anhand der klaren, fachlichen Kriterien meine Kunden einfach souveräner. Eine deutliche Umsatzsteigerung kann ich zwar nicht nachweisen, aber durchaus eine engere Kundenbindung, da die Kundenzufriedenheit höher ist.“

Die gelernten Farb- und Stil-Kriterien setzt Ute Thümmeler auch beim Ordern ihres Brillensortiments um. Das Resultat: „Weniger Fehlkäufe, mehr passende Modelle für meine Kunden“.

Der Augenoptiker als Stilprofi

Das Wissen um das Zusammenspiel von Proportionen, Farb- und Stiltypen erleichtert die Beratung und

unterstützt bei der Auswahl der passenden Brille. Oft haben die Kunden bereits eine Brillenodyssee hinter sich und bis zu einhundert Gestelle in unterschiedlichen Geschäften probiert – ohne Erfolg. Wie schön, wenn dann bereits beim ersten Wurf das passende Modell dabei ist und der Optiker den Grund für die gute Wahl auch noch fachkundig begründen kann.

Petra Waldminghaus gibt ein Beispiel für solch eine fachkundige Beratung anhand von Stil- und Formkriterien – so könnte der Augenoptiker nach der gemeinsamen Auswahl folgendes sagen: „Dieses Modell ist ideal für Sie, da es für Ihr schmales Gesicht einen kleineren Rahmen bietet und trotz engerem Augenabstand die Pupillen etwa mittig hinter den Gläsern angeordnet sind. Außerdem unterstreicht der obere Fassungsrand die Augenbrauenform und der intensive Farbton passt perfekt zur Ihren dunklen Haaren und Augenbrauen. Der gerade Steg unterteilt die etwas längere Nase vorteilhaft und lässt sie kürzer erscheinen.“



Im Dialog mit dem Kunden punkten

Doch nicht immer sind sich Berater und Kunde einig. Hier hilft die zusätzliche Visualisierung vor dem Spiegel. Durch den erläuternden Vergleich der unterschiedlichen Modelle, kann der Käufer selbst die Vor- und Nachteile seiner Wunschfassung analysieren. Dazu wird die ursprüngliche Wunschfassung aufgesetzt und gemeinsam gehen Kunde und Berater die einzelnen Parameter (Gesichtsform, Augenabstand, Teint, Augenbrauenform, gewünschte Wirkung, etc.) durch. Anschließend soll die vom Verkäufer favorisierte Brille nach den gleichen Anhaltspunkten verglichen und argumentiert werden. Dabei

braucht der Verkäufer in der Regel gar nicht mehr viel zu sagen. Durch die Erklärungen sehen die Kunden selbst, worauf es ankommt und rücken gerne von ihrer ersten Idee ab. So hat der Augenoptiker eine sehr wichtige Beratungsleistung – auch gegen Widerstände – erbracht, die für eine hervorragende Kundenbindung sorgt.

Vielseitig ordern bedeutet mehr Spielraum

Volle Regale und Vitrinen bedeuten nicht automatisch ein breit gefächertes Fassungsangebot. Berücksichtigt der Augenoptiker beim Einkauf neuer Brillen die Vielseitigkeit seiner Klientel, so wird jeder Kunde eine passende Fassung in seinem Geschäft finden können. Wichtige Orderkriterien für den Augenoptiker sind:

- Fassungen ohne Rahmen, mit Oberrandbetonung oder kompletter Umrandung bestellen. Gerade bei rahmenlosen Fassungen bewähren sich Hersteller mit Wechselbügeln/Wechselstegen, um Vielseitigkeit zu garantieren.
- Verschiedene Materialien: Metall, Kunststoff, Horn, Holz. Es hängt von der Ausstrahlung und den Proportionen der Gesichter ab, welche Art von Material zu empfehlen ist. Nicht jeder kann die modischen Kunststoffbrillen überzeugend tragen.
- Gerundete und kantige Modelle. Sehr harmonisch wirkt es, wenn der Augenbrauenschwung von der Fassungsform aufgenommen wird und die Brauen komplett sichtbar bleiben. Geschnittene oder bedeckte Augenbrauen, nehmen dem Gesicht die natürliche Ausdrucksweise.
- Die Nasenvielfalt ist groß. Mit dem passenden Steg lässt sich jede Nase optisch modellieren, um z.B. kürzer, schmaler, breiter, länger zu wirken. Deshalb Stegvarianten von schmal bis kräftig, gerundet bis gerade ordern sowie diverse Bügelvarianten, Backen und weitere Details.
- Eine Brille wirkt auch in der Seitenansicht. Einer rahmenlosen Fassung kann beispielsweise durch einen interessanten Bügel Pfiff verliehen werden. Die Breite des Bügels sollte zu Proportionen des Seitenprofils passen.
- Gesichter sind unterschiedlich: schmal, breit, kräftig, flächig, lang. Einheitsgrößen schließen daher einen bestimmten Prozentsatz potentieller Kunden aus. Deshalb Fassungen wählen, sie sich in einer anderen Breite oder Höhe bestellen lassen.
- Es gibt viele Menschen mit einem engen Augenabstand, denen die derzeit aktuell große Brillenmode nicht gerecht wird. Einige Hersteller bieten das gleiche Modell in mehreren Breiten an.

Eine Frage der Wirkung

Nachdem Grundsätzliches zum Thema Form, Stil und Farbe bekannt ist, lohnt es sich für jeden Augenoptiker, sein eigenes Image zu hinterfragen. Das heißt: Wie möchte ich wirken, wie werde ich von anderen wahrgenommen und – stimmen Selbst- und Fremdbild überein?

„Weniger Fehlkäufe, mehr passende Modelle für meine Kunden.“

„Je nach Geschäftsumfeld kann eine Spezialisierung sinnvoll sein“, rät Petra Waldminghaus. So arbeitet die Geschäftsführerin von CorporateColor beispielsweise mit einem Optiker aus dem Münsterland zusammen, der in seiner Auslage keine Brille hat! Zuerst führt er ein Beratungsgespräch mit den Kunden und dann präsentiert der die entsprechenden Fassungen – mit viel Erfolg. „Eine clevere Marketingstrategie mit einem klaren Alleinstellungsmerkmal, die dem Optiker eine treue Stammkundschaft und weniger Laufkunden bringt“, kommentiert Petra Waldminghaus. „Doch Vorsicht“, warnt die Stilberaterin, „eine solche Lösung ist nur dann authentisch, wenn sie dem persönlichen Stil des verantwortlichen Augenoptikers/Unternehmers entspricht. So genügt es nicht, dem Personal im Fachgeschäft ultramoderne Fassungen zu verordnen, um möglichst innovativ zu wirken. Sind diese unpassend, nur um die neueste, verrückteste Brillenmode zu präsentieren, geht der Schuss auch mal nach hinten los ...“.

Woran erkennt man eine qualifizierte Beraterin?

Petra Waldminghaus: „Leider gibt es keine geschützte Berufsbezeichnung und der Markt ist mit vielen selbsternannten Stilberatern ziemlich unübersichtlich. Optiker können im ersten Schritt nach einer Beraterin googlen, denn heute präsentiert sich jeder im Netz. Kriterien sollten bei der Auswahl ein persönliches Gespräch mit folgenden Fragen sein: Wo und wann hat die Beraterin eine praktische Ausbildung gemacht? Eine gute Typberaterin ist an einer privaten Schule ausgebildet oder durch eine erfahrene Beraterin. Es gibt auch theoretische Studiengänge, die jedoch ohne praktische Anleitung eine fragliche Qualität bringen. An Referenzen lassen sich Qualitätsunterschiede schnell fest machen. Außerdem: Hat sie Beratungs-Know-how zum Thema Brille? Dieses Thema wird leider nicht in jeder Ausbildung ausreichend vermittelt. Wenn die Chemie am Telefon stimmt, am besten die Beraterin zu einem persönlichen Kennenlernen einladen. Wenn’s gut miteinander klappt, können Typberaterin und Optiker voneinander lernen und auch tolle Aktionen organisieren.“ ●●