

La marca CIONE, llega a la Contactología

Su lanzamiento responde a tres objetivos: simplificar la oferta en este sentido de la cooperativa, unificar las marcas actuales en una, única y reconocible; y llegar al consumidor adaptando el lenguaje óptico al lenguaje de los clientes

Después del éxito en el lanzamiento de CIONE, la nueva marca de monturas que unificó todas las anteriores en una sola, la cooperativa continúa la reestructuración del producto propio, así como la expansión de esta marca en nuevas categorías.

A partir del 15 de septiembre, la cooperativa lanza CIONE en Contactología, con todos los argumentos necesarios para que el 100% de los socios consuman esta nueva marca, y construir con ello, un nombre de prestigio en el mercado.

Como ocurriera con las monturas, la cooperativa ha partido de un análisis de las necesidades de los ópticos y de las del consumidor antes de dar cada paso. Los ópticos de Cione participan del lanzamiento, y, de forma previa han formado parte del proceso necesario hasta llegar a él.

Así, un equipo multidisciplinar formado por socios de distintas ciudades, con una tipología de clientes bien diferente entre sí, comerciales y especialistas del Departamento de Producto, ha trabajado de manera conjunta hasta lograr la idoneidad del proyecto en cuanto a la reestructuración de la oferta anterior, naming, fechas apropiadas para su presentación y otros. “Cione es una Cooperativa dinámica, en la que los socios participan activamente de todas las decisiones, teniendo en cuenta sus necesidades y las demandas del propio mercado”, valora Patricia Hernández, Product and Purchasing Director de Cione Grupo de Ópticas.

Como fruto de toda esta labor, el lanzamiento de la marca CIONE en Contactología responde a tres objetivos principales: simplificar la oferta, unificar las marcas actuales bajo una marca reconocible y llegar al consumidor adaptando el lenguaje óptico al lenguaje de los clientes. “Y lo que es igualmente importante, individualizando la nueva marca, evitamos la competencia en internet”, sigue Hernández.

Como en el caso de la marca de monturas, el packaging del producto está extraordinariamente cuidado. Es minimalista, pero atractivo. En sólo cuatro colores, de un simple vistazo, el consumidor identifica la calidad del producto, el material, el defecto visual que corrige y la frecuencia de reemplazo.

Estas categorías, que se identifican por sus colores, se articulan además según el material de que están hechas, Hidrogel y Silicona y, a su vez, de acuerdo con la frecuencia del reemplazo: Diarias y Mensuales. “Es así de fácil. Como siempre decimos en Cione, menos, es más”, afirma la Product and Purchasing Director.

Las soluciones de mantenimiento conservan la misma gama cromática, facilitando con ello la

asociación de colores en cuanto a gama y la venta cruzada de soluciones y lentes de contacto.

Para apoyar el lanzamiento de CIONE en Contactología, los socios de la cooperativa van a contar con PLV y materiales exclusivos para la mejor implantación y visualización de la marca en las ópticas. “Con el lanzamiento en julio de la nueva gama de progresivos Cione by Prats, con este nuevo lanzamiento, y tras un año de consolidación de CIONE en monturas, podemos decir que el plan de expansión de la Marca Propia de nuestra cooperativa es una realidad. Estamos ganando notoriedad en el mercado y nos estamos haciendo más fuertes a través de lo que nos diferencia y nos hace exclusivos; nuestro producto propio”, termina Patricia Hernández.

Datos de contacto:

Javier Bravo
606411053

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Medicina](#) [Franquicias](#) [Imagen y sonido](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>