

Más de 1.000 ópticos siguieron el evento virtual 'Innovando juntos, creciendo juntos' de ZEISS Vision Care

Todos aquellos profesionales que no pudieron seguir el evento, pueden hacerlo ahora, a la carta desde: <https://innovandojuntos.com/info-rrss>

Más de 1.000 ópticos de toda España siguieron el e-event convocado por ZEISS Vision Care España 'Innovando juntos, creciendo juntos'. Presentado por la periodista Silvia Jato, se emitió, via streaming, con motivo de la celebración Día Mundial de la Visión. Aquellos profesionales de la salud visual que no pudieron seguirlo en directo, tienen ahora, la posibilidad de hacerlo a la carta en este enlace.

ZEISS ha convertido lo que cualquier otro año sin pandemia hubiera sido una deslumbrante convocatoria presencial en un evento diferente, virtual, que ha servido para estar más cerca que nunca de los ópticos y para sorprenderles de principio a fin, con contenidos especialmente apropiados para este momento. Alberto Cubillas, Director General de ZEISS Vision Care España lo ha calificado de "éxito sin precedentes en nuestro sector". A lo largo de una hora intensa, la marca alemana compartió novedades e información estratégica con las que ayuda a impulsar los negocios de sus aliados: los ópticos.

Sven Hermann, Responsable de Ventas y de Marketing a nivel internacional de ZEISS Vision Care, acercó a los ópticos españoles la estrategia internacional de la multinacional. "Los cambios en los hábitos de la población europea, y de la española en particular, están acelerándose, sobre todo en lo relativo al uso de los medios digitales. Las personas tienen necesidades visuales acrecentadas que necesitan ver cubiertas. Esta realidad refuerza nuestra confianza en el futuro de la óptica, como bien esencial, siempre con el soporte de la comunidad de Optometristas y Ópticos como profesionales sanitarios", afirmó Hermann, recalcando la alianza de la marca con los profesionales de la salud visual.

Correspondió a Alberto Cubillas explicar en la estrategia de ZEISS en España. "El 8 de octubre, Día Mundial de la Visión, es un momento de celebración para los ópticos y de reivindicación de nuestra profesión y de la importancia de la salud visual. Pero también es un magnífico momento para poner sobre el tapete que hoy, muchas cosas son diferentes. Todo ha cambiado, pero ya estaba cambiando", ha explicado el director general, en referencia al nuevo escenario que dibuja la alternancia entre el mundo real y el virtual para la salud visual.

ZEISS Vision Care España afronta este nuevo escenario y colabora con los ópticos con el principal objetivo de crecer todos y entre todos. "Para definir la estrategia, y sus correspondientes acciones, lo primero que hemos analizado es el comportamiento del consumidor, en particular el consumidor de óptica. A continuación, hemos definido cuáles son las principales motivaciones de los ópticos", explicó.

Así, Zeiss Vision Care España ha definido una nueva estrategia de comunicación, que ya está en marcha, focalizada en acciones de marketing digital para incrementar en flujo de consumidores a los centros ópticos. Cubillas desveló la fórmula mágica de ZEISS: ZEISS (marca) + Soluciones oftálmicas innovadoras + Instrumentos / Experiencia optométrica + Marketing + Formación.

Finalmente, Laura Rocha, Senior Product Manager Global y Directora de Producto en España, presentó la solución con la que ZEISS da respuesta al estilo de vida conectado y en movimiento a cualquier edad: ZEISS SmartLife.

“Hoy día estamos en constante movimiento. Siempre atentos a nuestros teléfonos inteligentes, alternamos rápida y continuamente la mirada entre la pantalla y lo que nos rodea. En otras palabras: nuestro estilo de vida conectado y dinámico está cambiando nuestros hábitos visuales. Por eso, ZEISS ha desarrollado un catálogo de lentes totalmente nuevo, para todas las edades y que tiene en cuenta los nuevos retos visuales en su diseño. Combinando la edad del usuario, sus necesidades visuales y las últimas tecnologías ópticas, las lentes ZEISS SmartLife aportan el equilibrio necesario para ofrecerle una comodidad visual excepcional en nuestro mundo dinámico y conectado, cada día y para todos los grupos de edad”, afirmó Rocha.

La explicación técnica de Rocha la ratificó la experiencia de ópticos-optometristas, líderes de opinión sectoriales, que ejercen su labor en lugares muy diferentes. Carlos Doldán (CO Berciano-Ponferrada) se refería al 0% de inadaptaciones de ZEISS SmartLife Progresivas en su establecimiento; Xavier Vivas (Federòptics Vivas-Lleida) destacó cómo los usuarios de ZEISS SmartLife Digital ven “más cómodo, más limpio, enfocan más rápido y tienen menos distorsiones periféricas, porque es una lente digital, pensada para usuarios digitales”. Por último, Alberto del Campo (CO Doctrinos-Valladolid) calificó a ZEISS SmartLife como “un avance tecnológico enorme”, por la “sensación de luminosidad y de relajación en los cambios de lejos a cerca y por de amplitud de campo excepcionales”.

En esa hora intensa hubo tiempo para la diversión, de la mano del mentalista Javier Luxor, para lo que los ópticos participantes se sirvieron del material que ZEISS envió a las ópticas dibujando con ello un truco espectacular.

Datos de contacto:

Javier Bravo
606411053

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

Categorías: [Internacional](#) [Nacional](#) [Medicina](#) [Industria](#) [Farmacéutica](#) [Imagen y sonido](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#) [Otras ciencias](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>