

## **Un año después del lanzamiento, el programa ZEISS Vision Expert ya cuenta con casi 250 ópticas adheridas en España**

**El programa ZEISS Vision Expert ha sido desarrollado por la marca alemana para que el óptico pueda atraer a los clientes adecuados gracias a una comunicación basada en la profesionalidad, y por su embajadora de marca, Anne Igartiburu, diferenciándolo como experto en salud visual y generando una experiencia de compra única para el paciente que le ayude a crecer y mejorar la rentabilidad de su negocio, respetando su libertad e independencia y demostrando que otra forma de hacer óptica es posible**

Un año después de su presentación en Madrid, coincidiendo con la celebración de los 175 años de historia de ZEISS, en noviembre de 2021, ZEISS Vision Expert (ZVE), el programa con el que la multinacional alemana responde al contexto actual del mercado, uniendo la profesionalidad del óptico independiente con la tecnología y la innovación de la marca ZEISS para crear una propuesta de valor diferenciadora, ya cuenta con 242 puntos de venta adheridos. "Estamos entusiasmados porque su avance nos demuestra que el sector es consciente de que hacer óptica de otra manera, basada en el cuidado de la salud visual y no en el precio, es posible", señala Alberto Cubillas, director general de ZEISS Vision Care España.

En todo este proceso, ZEISS cuenta con la embajadora perfecta: Anne Igartiburu. "No hay muchas marcas que cumplan 175 años de historia. ZEISS ha cumplido, en 2022, 176, y eso es porque ZEISS sabe mirar más allá, busca mejorar la vida de las personas en el largo plazo y eso genera un vínculo de total confianza en sus usuarios. Ese espíritu innovador y esa búsqueda constante de la excelencia hacen que sea una marca inspiradora con la que me siento identificada", señala Anne Igartiburu.

La comunicación que ZEISS brinda a los ZEISS Vision Expert y a sus usuarios finales es una suma canales, esto quiere decir que se generan sinergias en una estrategia omnichannel que integra acciones offline y online. Así, se puede llegar al cliente adecuado, desde internet o desde un medio tradicional, siempre con el mismo mensaje. El objetivo de todas estas acciones es el de generar visitas a las ópticas de consumidores que buscan soluciones visuales de alto valor y de marca ZEISS.

Además, gracias al Análisis Visual ZEISS, el óptico-optometrista puede examinar de forma precisa las necesidades visuales de los pacientes y recomendar la mejor solución posible para su visión. Este Análisis genera una experiencia plena para el consumidor, lo que, sin duda, favorece la conversión de la visita en venta.

No se puede olvidar, que solo las ópticas ZEISS Vision Expert cuentan con productos y soluciones EXCLUSIVAS, pudiendo aportar productos diferenciales de gran valor, que incrementan el ticket medio de compra y, por tanto, el margen. La experiencia de compra única del consumidor, el producto de alta gama, las acciones de fidelización periódicas y la satisfacción de los clientes aseguran una recomendación personal a su entorno.

"Trabajando día a día en el co-branding, con ello, conseguimos mejorar la imagen y reputación local de los ópticos adheridos al programa gracias a esa asociación con ZEISS; creando además negocios más sostenibles y rentables, principal objetivo de nuestros socios", termina Alberto Cubillas.

**Datos de contacto:**

Javier Bravo

+34606411053

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

Categorías: [Nacional](#) [Franquicias](#) [Finanzas](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>