

Construyendo tu negocio de óptica con el método EASE

Un estudio revela que, con un simple gesto para ayudar a los pacientes a escoger la montura de sus gafas, podemos conseguir un mejor resultado en las ventas de gafas y lentes de contacto.

¿Podemos ayudar a los pacientes, simplemente poniendo unas lentes de contacto para escoger sus gafas y conseguir un incremento significativo del gasto en gafas, y una oportunidad para adaptar lentes de contacto?

Sí, de acuerdo con los resultados de un estudio muy bien diseñado, publicado recientemente en Contact Lens and Anterior Eye¹. Los resultados del estudio Mejorando la Aproximación de Selección del Usuario (**Enhancing the Approach to Selecting Eyewear**) EASE, revelaron un incremento medio del 32% en la factura de gafas y multiplicar por 2,5 las posibilidades de adaptar lentes de contacto.

A continuación vemos los resultados en detalle y exploramos cómo se pueden aplicar en tu práctica diaria.

EASE Consideraciones previas

Aunque los recientes datos revelan que el número de usuarios de lentes de contacto se ha incrementado, las gafas siguen dominando el mercado². Se ha publicado que en el 6,2% de la población adulta, usuarios de lentes de contacto de Gran Bretaña, abandona dramáticamente el uso de las mismas detrás de Estados Unidos y los países Nórdicos³.

Gran Bretaña tiene todas las condiciones de estos países, con un modelo de negocio similar, que indica que el potencial para incrementar las adaptaciones de lentes de contacto es significativo. El por qué de la respuesta menor en Gran Bretaña. Sabemos que la percepción del paciente de las lentes de contacto es crucial, pero la recomendación del profesional es esencial. Los estudios demuestran que el grupo de profesionales que pro activamente inician la conversación del uso de lentes de contacto es pequeño. En un estudio previo de Sarah Morgan se concluye que el inicio de discusión sobre el uso de lentes de contacto por el profesional se da tan solo en el 27% de las revisiones⁴. Un estudio del ACLM reveló que sólo el 13% de los profesionales plantea la posibilidad de llevar lentes de contacto a sus pacientes, el 64% lo hace con todos los que considera factibles, y el 22% sólo si el paciente pregunta por lentillas⁵.

El acercamiento pro activo no se está trabajando claramente en muchos casos. ¿Podemos presentar las lentes de contacto a los pacientes de otra forma?

Los autores del estudio Nick Atkins, Sarah Morgan y Philip Morgan buscaron el impacto producido simplemente usando lentes de contacto para ayudar al paciente a escoger su montura. Se utilizaron lentes de contacto para escoger las gafas en lugar de proponerlas como una solución de corrección a largo plazo. La experiencia general del paciente, la inversión económica en las

gafas y cualquier resultado en la adaptación de lentes de contacto fue estudiada y comparada con un grupo control. Un punto importante a tener en cuenta es que en el diseño del estudio se hizo deliberadamente una pobre explicación sobre las lentes de contacto cuando se hablaba con el paciente.

EASE Explicación del estudio

Fue un estudio multi-centro, basado en la práctica, randomizado, controlando a 91 pacientes con 6 profesionales diferentes. Para asegurar que el estudio era representativo y recogía una amplia gama de profesionales, los ópticos involucrados en el estudio fueron escogidos por toda Gran Bretaña. Entre ellos identificaron 52 pacientes para el grupo test y 39 para el grupo control. La randomización fue ponderada de este modo para asegurar un número suficiente de pacientes para un análisis significativo del grupo de prueba. En ambos grupos fueron incluidos los pacientes por sexo y edad. El criterio de inclusión fue:

- Sin historia previa de uso de lentes de contacto
- Sin contraindicaciones para la adaptación de lentes de contacto
- Usuarios habituales de gafas
- Refracción de -1.50 DE a -10.00 DE o +1.50 DE a +6.00 DE

Todos los participantes cumplieron un cuestionario antes de escoger las gafas, donde se les preguntaba por sus preferencias. Otro cuestionario fue cumplimentado después de la consulta, y preguntaba específicamente por el proceso de elegir monturas y lentes para gafas. Los participantes en el grupo de prueba fueron sometidos a un examen con lámpara de hendidura de la superficie ocular para descartar cualquier patología obvia antes de poner las lentes de contacto. De acuerdo con la prescripción de las gafas del paciente, el profesional colocó un par de lentes de contacto desechables blandas de un banco de pruebas de su centro. Después los participantes siguieron el proceso habitual para escoger gafas. Tras retirar las lentes de contacto se volvió a examinar con lámpara de hendidura para confirmar la salud de la superficie ocular. Tres meses después de la adaptación, los profesionales anotaron si los participantes del estudio habían decidido comprar también lentes de contacto.

Resultados de EASE

De los 52 pacientes en el grupo de prueba, 46 (el 88%) aceptó utilizar una lente de contacto para elegir la montura. La razón más común de los que rechazaron usarlas fue su animadversión a poner algo en sus ojos. De esos 46 pacientes el 98% fueron adaptados con éxito las lentes. En términos de dinero, el grupo de prueba gastó una media £267 en sus monturas y lentes comparados con una media de £202 en el grupo de control (un aumento del 32%). Repasando las opiniones de los pacientes sobre su experiencia escogiendo la montura entre el grupo de prueba y el grupo control antes de poner las lentes, su visión era similar. Esto sin embargo, cambió dramáticamente después de la inserción. El grupo de prueba destacó una experiencia más satisfactoria durante la selección de la montura, apreciando mejor los detalles de la montura y afianzando así su elección. Al mirar el número de pacientes que se habían animado a comprar las lentes de contacto

que seguían participando en el estudio, encontraron que el 33% de pacientes del grupo de prueba se adaptaron a las lentes de contacto comparado con solo 13% del grupo de control.

Ejecución de EASE

Los resultados de EASE destacan claramente que una presentación sutil de las lentes de contacto es eficaz. Desde el punto de vista de los pacientes, la experiencia de elección de montura es mejor y permite que el profesional hable de las lentes de una manera no-promocional. Esencialmente esto es un planteamiento al cliente enfocando los resultados al crecimiento de las ventas.

La puesta en práctica es fácil, requiriendo un trabajo adicional muy pequeño para el profesional. La colocación de las lentes para el propósito de elegir monturas no constituye un proceso de adaptación así que se puede simplificar considerablemente. Según el protocolo del estudio, un examen con la lámpara de hendidura con la luz blanca es suficiente para detectar cualquier anomalía superficial ocular y la graduación para las lentes se obtiene a partir de la prescripción de la gafa. La retirada de las lentes junto con un examen con lámpara de hendidura y fluoresceína debe ser realizado.

Es recomendable mantener un banco de lentes en la consulta de modo que ofrecer este servicio llegue a ser rutinario. Todo el personal de la óptica debe ser consciente que se está utilizando este nuevo método de acercamiento en el procedimiento de dispensación de gafas. Si el personal habla de las lentes de contacto en un primer momento de la visita, y el paciente rechaza la idea de las lentes, el impacto del acercamiento de EASE podría ser reducido seriamente.

El EASE es claramente el mejor método de aproximación para los pacientes. Sabemos que los resultados del estudio EASE realzan perceptiblemente la experiencia de elección de monturas y que el 33% del grupo de estudio se animaron a comprar las lentes de contacto.

¿Qué piensan los pacientes de EASE?

- Las lentes de contacto colocadas en el 85% eran útiles al elegir monturas.
- El 70% dijeron que intentarían utilizar las lentes de contacto en el futuro.
- La experiencia también desmitificó ideas falsas sobre las lentes de contacto:
- El 80% de pacientes comentaron que las lentes de contacto eran más cómodas de lo que habían esperado.
- El 61% no eran conscientes de llevar la lente una vez que habían sido colocadas.
- La visión del 91% era aceptable.

Debemos hablar con los pacientes de forma cercana, no es sólo lo que se dice, sino cómo se dice. Cómo se habla con los pacientes y el lenguaje que se utiliza es crucial para eliminar las barreras ante las lentes de contacto. Por ejemplo, es común hablar de poner o de insertar una lente de contacto en el ojo. A un profesional le puede sonar perfectamente razonable pero para un número

significativo de pacientes tiene un significado totalmente diferente, existen pacientes a los que le suena espantoso y doloroso.

Al proponer la idea de usar una lente de contacto para el momento de elegir la montura, es preferible utilizar una pregunta positiva como por ejemplo, *“Vamos a poner unas lentes para ayudarle a elegir montura, ¿le parece bien?”*.

Diga al paciente que usted elegirá una lente de contacto blanda y como tiene ya su prescripción necesita solamente hacer un chequeo rápido del ojo para comprobar que no va a tener ningún problema.

Aproveche la oportunidad de tranquilizar a su paciente comentando que las lentes modernas proporcionan comodidad y un alto paso del oxígeno. Tenga cuidado de no parecer como si estuviera vendiendo las lentes sino simplemente proporcionar suficiente información para tranquilizar al pacientes y que vean que las lentes son una opción viable. Es en esta etapa donde el paciente entiende que la lente estará solamente en su ojo durante el proceso de elección de las gafas y después será retirada. Una vez retirada pregunte al paciente cómo se ha sentido eligiendo sus gafas y si pensaba que las lentes le habían ayudado.

Diga “Podemos poner una lente en el ojo” en lugar de “Podemos insertar una lente dentro del ojo”

Conclusiones EASE

Este estudio innovador demuestra claramente la ventaja de usar las lentes de contacto no sólo para mejorar la experiencia de los pacientes que eligen gafas, sino también ayuda a aumentar la facturación en gafas e incrementa el negocio de las lentes de contacto.

- EASE es simple de introducir en la práctica diaria
- EASE mejorar significativamente el proceso de compra de gafas
- Los resultados de EASE mejoran sustancialmente el gasto en la compra de gafas y lentes de contacto.

REFERENCIAS:

1. Atkins NP, et al. Enhancing the approach to selecting eyewear (EASE): A multi-centre, practice-based study into the effect of applying contact lenses prior to spectacle dispensing. *Contact Lens Anterior Eye* (2009), doi:10.1016/j.clae.2009.02.004
2. Optometry Today. Value of the market continues to grow. August 12th, 2008. <http://www.otmagazine.co.uk/newsview.php?id=388> - 16.2kb
3. CIBA VISION data on file 2009
4. Morgan SL, Efron N. The benefits of a proactive approach to contact lens fitting. *Journal of the British Contact Lens Association* 1996.
5. Hutchison G. Consumer and practitioner attitudes to contact lenses. *Optician*, 2001;221:5795 17-20.