

VISION IS PREMIAZIONE "IS CARE"

# Un marchio di qualità

A Mido Vision Is Group ha premiato i primi ottici affiliati nominati "Is Care Quality Center" per l'anno 2010. Irene del Prato, Responsabile Marketing, racconta a P.O. la nascita e l'evoluzione di questo premio e del marchio "Is Care".

**M**ido ha sempre costituito per Vision Is la sede per autonomia per presentare ufficialmente progetti e programmi di sviluppo. Quest'anno, la cui data coincideva peraltro con il suo decimo anniversario, la fiera è stata l'occasione per festeggiare i primi ottici affiliati con la consegna del premio "Is Care Quality Center" per l'anno 2010. La premiazione è avvenuta nel Padiglione 24 nella sezione dedicata alla stampa e il riconoscimento dei punti vendita selezionati si è basato sulla qualità del servizio offerto e sulla cura prestata alla propria clientela. Abbiamo incontrato Irene del Prato, Responsabile Marketing di Vision Is, per vedere come è nato il marchio "Is Care" e come si svilupperà questo interessante progetto.

**Cosa significa entrare a far parte del "Is Care Quality Center"?** Abbiamo creato il marchio "Is Care" con l'intenzione di dargli la veste di marchio di qualità, ovvero come modo per rendere immediatamente visibile al consumatore il tipo di servizio che può aspettarsi presso quei punti vendita che



Un momento delle premiazioni.

espongono questo marchio. Da qui la risposta evidente alla domanda: diventare "Is Care Quality Center" significa, prima ancora della gratificazione del riconoscimento, accettare la responsabilità di mantenere questo impegno di qualità con il consumatore, adottare strategie di assistenza pre e post vendita, tutelare gli acquisti - oltre alla vista - garantendo per esempio la provenienza dei

prodotti da aziende di qualità. Il nostro intento infatti è quello di orientare le nostre campagne pubblicitarie nazionali al rafforzamento del marchio, invitando i consumatori ad affidarsi a chi lo espone ed insegnando loro cosa pretendere, a partire dalla dichiarazione di conformità, al certificato di garanzia dei prodotti, alla corretta informazione riguardo ogni aspetto dei propri acquisti.

## Come vengono selezionati gli ottici premiati?

Intanto premetto che il riconoscimento viene dato per la qualità nell'assistenza al cliente, abbiamo infatti la presunzione di dire che i nostri affiliati sono tutti ottici professionisti cui non è certo Vision Is che deve

riconoscere la qualità del proprio lavoro. Ma essere ottimi esperti di ottica tecnicamente è oggi un fattore igienico, una base di partenza comune a

molti: la necessità di distinguersi si gioca su altre basi. Una di queste è il rapporto instaurato con la clientela. Abbiamo diversi responsabili, nelle diverse aree, che sono i nostri occhi sul territorio. La selezione nasce dall'osservazione partecipata delle pratiche che vengono messe in atto nei punti vendita degli affiliati per rafforzare il rapporto con la clientela, per creare fiducia nella consulenza professionale dell'ottico. Ma il modo più immediato per noi per riconoscere su largo raggio un punto vendita qualificato Is Care è l'utilizzo costante nel tempo degli strumenti della linea Is Care realizzati appositamente, come la cartellina, il porta scontrino, la scheda per gli appuntamenti, il test per i portatori di lenti a contatto, veri e propri testimoni di un approccio qualitativo che riassume in sé, oltre alla competenza della prestazione professionale, la dichiarazione di trasparenza nella qualità dei prodotti offerti, la assicurazione sulle garanzie dopo la vendita, la consulenza per la cura degli occhi del cliente nel tempo. Ovvero tutto ciò che non si ferma alla cassa e al denaro pagato.

### Come si evolverà questo progetto?

Il riconoscimento è nato per essere conferito annualmente e quindi, di anno in anno, riconfermato. Abbiamo fiducia che il numero di ottici di qualità Is Care si allargherà a mac-



Irene del Prato, Responsabile Marketing e Moreno Sereni, Presidente di Vision Is

chia d'olio, conoscendo la media dei nostri affiliati: diciamo che è solo questione di tempo per noi, per effettuare le nostre osservazioni. Dal punto di vista operativo prevediamo che oltre ai segni distintivi, come la targa e un apposito adesivo che gli Is Care Quality Center potranno esporre sulla porta, sia sempre più visibile l'insegna in stile Is Care. Verrà inoltre realizzato un breve filmato, da utilizzare anche come spot pubblicitario, che illustri al consumatore

la metodologia di servizio e di cura del cliente racchiusa nel sistema Is Care. Insomma, ci prepariamo ad una piccola "controrivoluzione culturale", per riportare l'ottico alla sua principale figura di consulente della vista e toglierlo dai meccanismi di mercato che, con le imposizioni della moda e lo sfilimento dei prezzi, ha contribuito a disorientare il consumatore rendendolo facile preda di chi ha anteposto il guadagno immediato al benessere del cliente. ●