
Identifikace potřeb pacienta

Cíle porady pracovníků

- Vysvětlit složky produktových potřeb pacienta
- Vytvořit proces, který budeme v naší praxi používat k identifikaci produktové potřeby pacientů, abychom zajistili, že pacient obdrží nejlepší řešení

Složky potřeb pacienta

Profesionální péče

- Profesionální diagnóza a poradenství týkající se péče o zrak

+

Vztah

- Přátelská, individualizovaná pozornost
- Stálá péče

+

Produkty pro korekci zraku

- Korekční pomůcky, které nejlépe vyhovují pacientovu životnímu stylu, zájmům a emocionálním potřebám

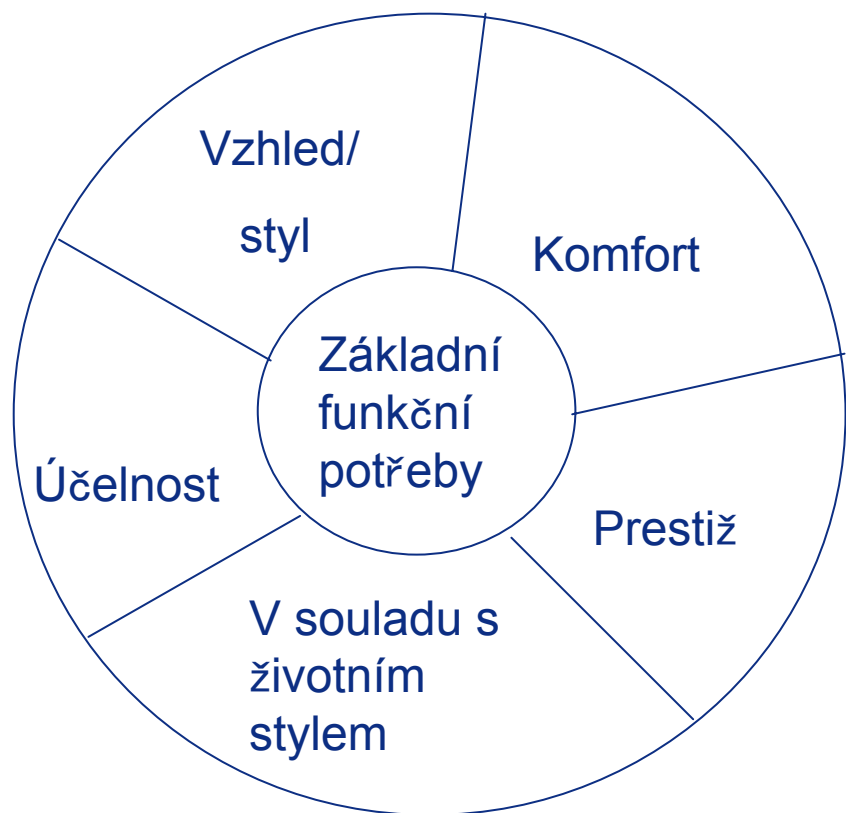
Produktové potřeby očních pacientů



- Dobrá zraková ostrost
- Trvanlivost

- Oční specialisté jsou vyškoleni především k uspokojování základních funkčních potřeb
- Ale nákupní rozhodování pacienta je založeno na řadě potřeb přesahujících prostou funkčnost

Uspokojení funkčních potřeb představuje pouze první krok



- Nejvyššího stupně spokojenosti pacienta je dosaženo, pokud jsou uspokojeny všechny jeho potřeby

	Produkty uspokojující základní funkční potřeby	Produkty uspokojující vyšší výkonnostní potřeby	
		Produkt	Potřeba
Skla brýlí	Monofokální	Progresivní	Mládí, práce na různé vzdálenosti
	Bifokální	Vysoký index lomu	Lehké, pohodlné
		Antireflexní	Stylové, lepší vidění
		Samozabarvovací	Ochrana před slunečním zářením, účelné
Rámečky	Základní nebo nová skla do pacientových rámečků	Značkové	Mladá móda
Kontaktní čočky	Čtrnáctidenní/měsíční s častou výměnou	Nepřetržitě nošení	Účelné
		Jednorázové	Účelné
		Barevné	Stylové
Sluneční brýle	Kvalita jako z drogerie	Polarizační skla	Lepší vidění, lepší výkonnost při sportu
		Módní značka	Status, image, mládí
		Sportovní značka	Výkon při sportu, sebevědomí, image

Odhalování potřeb pacienta

- Pacienti zpravidla nehovoří o svých produktových potřebách
 - Nejsou si vědomi škály možností, které jsou k dispozici
 - Mají o možnostech neúplné či nepřesné informace
 - Možná nevědí na co a jak se zeptat
 - Obávají se, že budou působit nevzdělaně nebo že budou plýtvat časem očního specialisty
- Pacienti očekávají, že oční specialista či pracovníci optiky se zeptají na jeho problémy či funkční potřeby a doporučí mu nejlepší řešení
 - Očekávají, že specialista a pracovníci optiky jsou obeznámeni s nejnovějšími technologiemi
 - Chtějí individualizovanou pozornost a doporučení
 - Důvěřují tomu, co jim oční specialista poradí

Odhalování potřeb pacienta

Při hledání produktů, které by odpovídaly potřebám pacienta, je třeba vzít v úvahu:

- Oční anamnézu / požadavky na korekci
- Životní styl a povolání
- Demografické charakteristiky
- Osobní zájmy a přání

Metody odhalování potřeb pacienta

- **Demografické údaje** (věk, pohlaví, povolání)
- **Anamnestický dotazník** (koníčky, zájmy, životní styl, zvláštní potřeby)
- **Sondování při předběžném testování**
- **Rozhovor při prezentaci produktů**

K diskusi

- Hovoříte s každým pacientem ještě před jeho vyšetřením očním specialistou o tom, co mu nevyhovuje na stávajících brýlích či kontaktních čočkách, o změnách jeho vidění či o tom, o jaké produkty by měl zájem?
- Kdy a jakým způsobem by se takový rozhovor měl odehrávat v optické praxi?

Uspokojování potřeb pacienta

Stanovení potřeb pacienta

- Funkční
- Související s životním stylem
- Emocionální



Doporučení

řešení zajišťujícího nejvyšší výkonnost

Doporučení

ne

~~Seznam~~

- Pacienti očekávají a respektují doporučení očního specialisty
- Seznamy předpokládají, že pacient dokáže přiměřeně posoudit jednotlivé možnosti – to ale často neplatí

Nástrahy prezentace produktů

- Nejčastější chybou, které se dopouštějí pracovníci optických praxí při prezentaci možností zrakové korekce, je předpoklad, že pacient není schopen zaplatit nejlepší možnost
 - Nikdy předem nepodceňujte kupní sílu pacienta

Nástrahy prezentace produktů

- Další častou chybou je zaškatulkování pacientů jako nositelů brýlí nebo nositelů kontaktních čoček
 - Téměř všichni nositelé kontaktních čoček pravidelně nosí brýle
 - Jedna třetina nositelů brýlí má zájem o kontaktní čočky, minimálně pro občasné nošení

Nástrahy prezentace produktů

- Pacienti se zajímají pouze o to, jak mohou produkty zlepšit jejich život, ale nezajímají se o technické aspekty fungování těchto produktů – kupují si výhody, a ne charakteristiky produktů

Důraz na přínosy pro pacienta

„Tato nová skla nemají linku mezi zónou nablízko a nadálku jako klasické bifokály, takže neukazujete, kolik Vám je let a udržujete si mladistvý vzhled.“

ne

na technické detaily

„U progresivních optických čoček se plynule zvyšuje zvětšení směrem od centrální zóny ke spodní periferní části.“

K diskusi

- Doporučujeme v naší praxi běžně pacientům produkty s nejvyšším výkonnostním standardem?
- Jaké produkty bychom měli doporučovat různým segmentům pacientů?
- Doporučujeme v naší praxi běžně pacientům nosícím kontaktní čočky, aby si nechali udělat nové brýle?
- Nabízíme běžně pacientům nosícím brýle kontaktní čočky na zkoušku?