

Atender las necesidades cambiantes del usuario de lentes de contacto...

Comprender cómo se utilizan las lentes de contacto actualmente y lo que a los usuarios les gustaría obtener de sus lentes de contacto en el futuro es un factor clave en el desarrollo de nuevos productos y el mercado. Al atender las necesidades del cliente, podemos hacer que sigan utilizando lentes de contacto durante más tiempo y consecuentemente, hacer crecer el mercado reduciendo los actuales índices de usuarios que dejan de utilizar lentes de contacto. En el segundo año de nuestro proyecto de investigación continua, CooperVision preguntó a aproximadamente 3.000 usuarios de 13 países europeos para tener una mejor visión de sus hábitos y deseos.

USUARIOS DE LENTES DE CONTACTO PARA TODA LA VIDA, Y NO SÓLO PARA UNOS AÑOS

Una de las primeras cosas que observamos es que los usuarios cada vez utilizan lentes de contacto durante más tiempo: un 20% lleva utilizando lentes de contacto más de 10 años y un 5%, más de 20 años. Este incremento en el periodo de tiempo de uso se ha producido como consecuencia del avance de las lentes desechables. Este incremento también plantea cuestiones sobre el impacto a largo plazo de un mayor uso de lentes de contacto. El uso a largo plazo ha creado la necesidad de garantizar que los usuarios cambien con regularidad a nuevos materiales y diseños de lente que supongan un mayor beneficio a largo plazo para el ojo. También es importante tener en cuenta que la incidencia de presbicia aumentará en la población de usuarios, y por tanto, la capacidad de proporcionar lentes presbiópicas será importante para hacer que dichos usuarios sigan utilizando lentes de contacto.

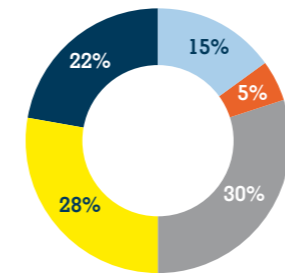


Fig. 1 ¿Cuánto tiempo lleva utilizando lentes de contacto?
 ■ 10-20 años ■ Más de 20 años
 ■ Hasta 2 años ■ 2-5 años
 ■ 5-10 años

EL RESPETO DEL PROFESIONAL

Nuevamente, la investigación de CooperVision ha puesto de manifiesto cuánto respeto tiene el usuario por el profesional óptico. Un sorprendente 37% de los usuarios afirma que dejan la elección de marca a criterio exclusivo del profesional. Además, otro 27% manifiesta que la conversación con el profesional óptico es una de las bases principales para elegir una marca específica. Así que, globalmente, un 64% de los usuarios están fuertemente influenciados por sus ópticos en su elección de producto. La investigación también puso de relieve el hecho de que, cuando se evaluaba este dato entre usuarios de productos CooperVision, esta cifra ascendía al 72%. Incluso en nuestro mundo moderno saturado de información, los usuarios de lentes de contacto de toda Europa aún consideran a los profesionales ópticos como la fuente más importante de información a la hora de elegir la marca de sus lentes de contacto.

CAMBIAR PARA MEJORAR EL GRADO DE SATISFACCIÓN

Una de las principales ventajas de los estudios de mercado es descubrir lo que a los usuarios les gustaría obtener de sus lentes de contacto para poder disfrutar aún más de su experiencia. Descubrimos que alrededor del 16% de los usuarios duerme con las lentes de contacto y dos tercios de este total lo hacen sólo algunos días de la semana. Sin embargo, cuando se les preguntó si les gustaría dormir con las lentes de contacto, alrededor de un 70% dijo que "sí" y más de la mitad de ellos afirmó que le gustaría dormir con las lentes de contacto puestas un par de veces por semana.

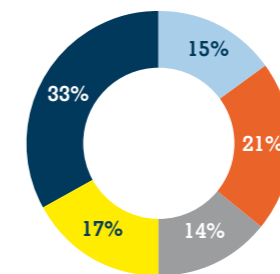


Fig. 2. ¿Cuánto tiempo seguido le gustaría poder llevar las lentes de contacto?

■ 1 noche ■ Unos días
 ■ 1-2 semanas ■ Un mes o más
 ■ No las usaría por la noche

El rendimiento global de la lente es alto, pero los usuarios pueden identificar fácilmente áreas susceptibles de mejora. El problema más común al que se refirieron los usuarios fue "mayores niveles de sequedad" (46%). Relegada a un segundo plano queda la incomodidad para dar protagonismo a la conciencia de llevar una lente de contacto en el ojo. En segundo lugar y a poca distancia (43%) se encontró el deseo de "lentes más saludables para los ojos" lo que refleja la preocupación subyacente de quienes llevan usando lentes de contacto durante un periodo de tiempo más largo. Cuanto más tiempo llevaban utilizando lentes de contacto los usuarios, más susceptibles eran éstos de destacar estas áreas de mejora.

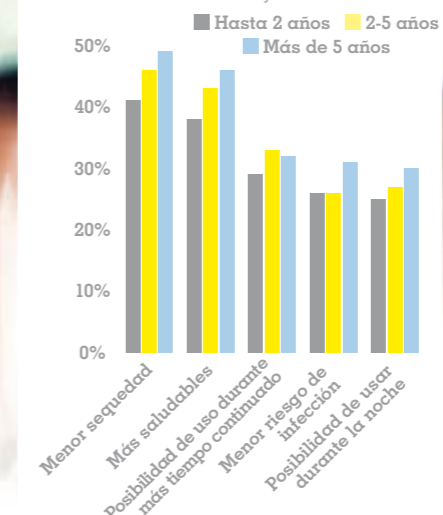


Fig. 3 ¿Qué tres áreas le gustaría ver mejoradas? En relación al tiempo de uso de las lentes de contacto

EN RESUMEN

Los estudios de mercado ayudan a promover el desarrollo de productos en CooperVision ya que ponen de relieve las áreas clave susceptibles de mejora citadas por usuarios en la actualidad. Como profesional óptico, también puede ser útil para su estrategia de uso lentes de contacto ya que le permite alinear nuevos productos con las cambiantes necesidades de los usuarios. En la vida, los procesos de cambio continuo son habituales. Así, estamos deseando cambiar el teléfono móvil, el coche, el ordenador e incluso las gafas.

Para CooperVision, el cambio continuo nos ha llevado al desarrollo de Biofinity, nuestra lente de hidrogel de silicona para uso mensual flexible bajo la supervisión del óptico, y también la lente Proclear 1 day para ofrecer las ventajas de comodidad de Proclear al usuario de desechables diarias. La última innovación de producto es la gama XR para la lentes mensuales Proclear que ofrece a quienes necesitan graduaciones más altas las ventajas clínicas de una lente mensual.

Muchos profesionales ópticos se preguntan con qué frecuencia deberían sugerir a un usuario el cambio a una gama superior de lentes y el consejo clave sería sugerirles que lo hagan a medida que vayan cambiando sus necesidades. Sin embargo, si asumimos que no se deberían hacer cambios de lentes de contacto a menos que haya un problema o preocupación, nos equivocamos. Con los continuos avances en las tecnologías de las lentes de contacto, un proceso de cambio gradual a productos más novedosos garantizará que sus usuarios obtengan la mejor experiencia de sus lentes de contacto. En lo referente a precios, el estudio muestra que más del 90% de los usuarios aceptaría un cambio que le costara un 10% más, aunque esta cifra disminuye hasta aproximadamente el 60% con un incremento del 20%.

La clave para el éxito es comprender las necesidades del usuario y animarle proactivamente a manifestar cómo le gustaría realmente usar las lentes de contacto. A partir de este punto, es posible explicar las ventajas de diferentes lentes y cómo cada una de ellas se adecua a las necesidades específicas del usuario. Por ejemplo, si desean utilizar lentes de contacto por la noche de manera ocasional, informarles sobre una lente como Biofinity y sobre el modo en que el mayor flujo de oxígeno la hace más adecuada para su uso por la noche, garantiza que utilicen el tipo adecuado de lente para su situación personal específica.