

UMA EMPRESA NA VANGUARDA DO MERCADO ÓTICO

PROÓPTICA

A Proóptica posiciona-se como uma empresa de soluções integradas e são pioneiros na prestação de serviços, que fazem todo o sentido quando aliados, no mercado oftalmológico. Com um papel tão ativo e empenhados na qualidade e excelência, desenvolvendo produtos personalizados, como a decoração de espaços, são um importante protagonista na sensibilização para o Dia Mundial da Visão, a comemorar em breve. Foi neste contexto que explicaram o que os move, em conversa com a Revista Business Portugal, assumindo: “Queremos fazer mais, somos empreendedores compulsivos! Inovamos!”



LUÍS JUSTINO
Diretor Geral

Como e quando surgiu a ideia de aliar à venda de produtos oculares, o design e a remodelação de interiores de óticas?

A ideia de desenvolver uma nova área de negócios, Design + Arquitetura surgiu em 2013, para assinalar o 20º aniversário da empresa, com o objetivo primordial de posicionar a Proóptica como uma empresa de soluções integradas.

A área Design + Arquitectura é especializada em remodelação de interiores de óticas, sendo uma alternativa credível na decoração e complementos. Esta nova área nasceu conciliando a experiência de uma equipa de profissionais dedicada, com a credibilidade da Proóptica nos mercados onde atua, procurando satisfazer a necessidade latente da empresa em inovar e adaptar-se ao mercado ótico com uma oferta mais alargada de produtos e serviços.

Acreditamos que nesta área, o conhecimento que temos do mercado e do negócio dos nossos parceiros é fundamental para traduzir ideias em soluções ideais, criando valor com propostas chave na mão. Esta área é sinónimo de qualidade e criatividade no desenvolvimento de designs notáveis com soluções inteligentes que otimizam a estética e a funcionalidade.

Também têm o serviço de consultoria para ajudar o cliente a encontrar equipamentos que otimizem o seu trabalho. Como funciona esse processo e o com que é que o cliente pode esperar?

Outra área da nossa empresa são os acessórios de oficina e complementos de consumo, que reforçam o nosso posicionamento de integração. O serviço de consultoria que disponibilizamos nesta área consiste na realização de um diagnóstico real das necessidades do cliente através de uma visita ao ponto de venda, permitindo a identificação de soluções para melhorar o seu trabalho em oficina.

Com esta análise pormenorizada, desenvolvemos e viabilizamos um projeto de otimização da oficina do cliente, com oferta de melhores ferramentas, formações sobre equipamentos e dicas de como incrementar a performance no seu dia-a-dia.

No momento em que um cliente pretende abrir um novo espaço, também são desenvolvidos projetos precisos e customizados, com a disponibilização de um leque de equipamentos que necessita para as atividades do dia-a-dia em oficina.

Para estes projetos de consultoria de equipamentos, apresentamos um catálogo completo, de fácil utilização, com uma qualidade de produtos exemplar, garantida pela marca alemã Breitfeld & Schiekert.

De que forma é visto, atualmente, o dia Mundial da Visão comparativamente há 17 anos atrás?

O 17º aniversário do Dia Mundial da Visão começa a produzir os seus resultados, o consumidor revela uma preocupação crescente para a necessidade de realizar exames de prevenção e de diagnóstico. A visão é um dos sentidos mais importantes e requer muitos cuidados, com ações preventivas, as principais doenças da visão podem ser evitadas.

Campanhas como a do Dia Mundial da Visão são muito relevantes para consciencializar a população sobre a necessidade de um acompanhamento especializado e rigoroso, para evitar que os problemas dos olhos se agravem e acabem em cegueira, que poderia ser evitada em cerca de 80% dos casos.

Muitas doenças relacionadas com a visão não apresentam sintomas, quando são descobertas, já estão em estados bastante avançados e de difícil regressão. É o caso do glaucoma, a maior causa de cegueira no mundo.

Ao longo destes anos, notamos que o consumidor está mais atento à qualidade do produto e das lentes oftálmicas e é mais exigente com a sua Saúde Visual!

Enquanto empresa ligada ao ramo há duas décadas, como vêm o Dia Mundial da Visão?

O Dia Mundial da Visão tem extrema relevância para a Proóptica, é um dia de sensibilização da população para os problemas visuais, alertando que as principais causas de cegueira a nível mundial são possíveis de prevenir, e por isso, deve-se vigiar a saúde dos olhos para manter a qualidade da visão. Procuramos assinalar a data com comunicações de sensibilização à realização de exames periódicos.

Em Portugal, como noutros países do Mundo Ocidental, as principais causas de baixa visão e/ou cegueira são

a degenerescência macular associada à idade (DMI), a retinopatia diabética e o glaucoma. As visitas periódicas a um especialista são fundamentais, assim como a observação dos olhos nas várias fase da vida, como por exemplo nas crianças para despiste da ambliopia, vulgo "olho preguiçoso", das mulheres grávidas ou em menopausa, cujas alterações hormonais possam provocar doença ocular, de todos os indivíduos na faixa etária dos 40 aos 50 anos em que surge a presbiopia, vulgo "vista cansada" e nas faixas etárias mais avançadas para despiste de catarata e DMI.

Que tipos de retorno têm tido com este modelo de fornecimento de serviço integrado?

O balanço que fazemos destes 2 anos de integração é bastante positivo, conseguimos atuar no mercado contrariando a crise económica, mantendo os clientes fidelizados através de um relacionamento de proximidade e conquistando novos clientes. O feedback sentido dos nossos clientes tem sido bastante positivo e entusiasta, valorizam as propostas de valor acrescentado e as soluções inovadoras com base na integração das 4 áreas: Armações e Óculos de Sol, Acessórios de oficina, Lentes e Arquitetura e Design.

Os nossos clientes sabem que podem contar com uma empresa madura, de confiança, séria, comprometida, proativa, dinâmica e com uma equipa dedicada nas quatro áreas de negócio que desenvolvemos.

Quais são as mais valias para o cliente ao optar pela vossa marca?

A Proóptica é uma empresa com maturidade, que se afirma como parceiro de soluções completas e integradas, através da oferta de um portefólio bem estruturado e diferenciado de marcas e serviços.

A integração de 4 áreas de negócio diferentes mas complementares é uma das principais vantagens competitivas e permite responder às necessidades dos nossos clientes de uma forma completa e integrada, com preços justos, qualidade irrepreensível e focada no serviço e na relação de proximidade.

A Proóptica actua no mercado tendo sempre em mente o cliente, somos efetivamente preocupados com os nossos parceiros, dialogamos, encontramos soluções conjuntas, melhoramos o sell out em loja. Procuramos o vínculo com os nossos clientes, somos leais e procuramos desenvolver relações profundas e duradouras. Cooperamos com os nossos clientes, ajudando-os no desenvolvimento do seu negócio.

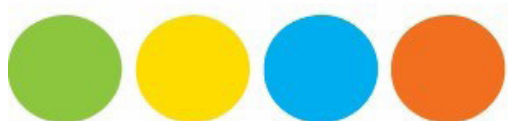
Há algum projeto para o futuro breve ou a longo prazo? Pretendem expandir-se para território internacional?

Hoje a internalização já representa uma quota importante nas vendas da empresa e continuará a ser o focus da nossa estratégia integrada. Desenvolvemos a internacionalização de uma forma sustentada e comprometida com os mercados onde atuamos preferencialmente: Espanha, Marrocos, Angola, Cabo Verde e Moçambique.

A Proóptica inova constantemente na forma como atua no mercado. Queremos ser percebidos como uma empresa que disponibiliza soluções integradas, comprometida em encontrar soluções e novas oportunidades para os seus parceiros. Nos próximos tempos, continuaremos a apostar na sustentação do mercado nacional com o lançamento de marcas e produtos de relevo e na conquista de mercados internacionais emergentes.

Queremos fazer mais, somos empreendedores compulsivos! Inovamos! Da aposta na Moda Portuguesa, às lentes Nikon, à Tag Heuer, aos Acessórios, à internalização em Marrocos, Espanha, Angola, Cabo Verde e com a nova área de Arquitetura.

Somos ativos e queremos fazer a diferença!



prooptica