



Cross-Channel in der Optikbranche - Beispiel Mister Spex

Berlin, 13.11.2014

Mister Spex bietet ein komplettes Sortiment in der Augenoptik mit über 100 Marken



Brillen



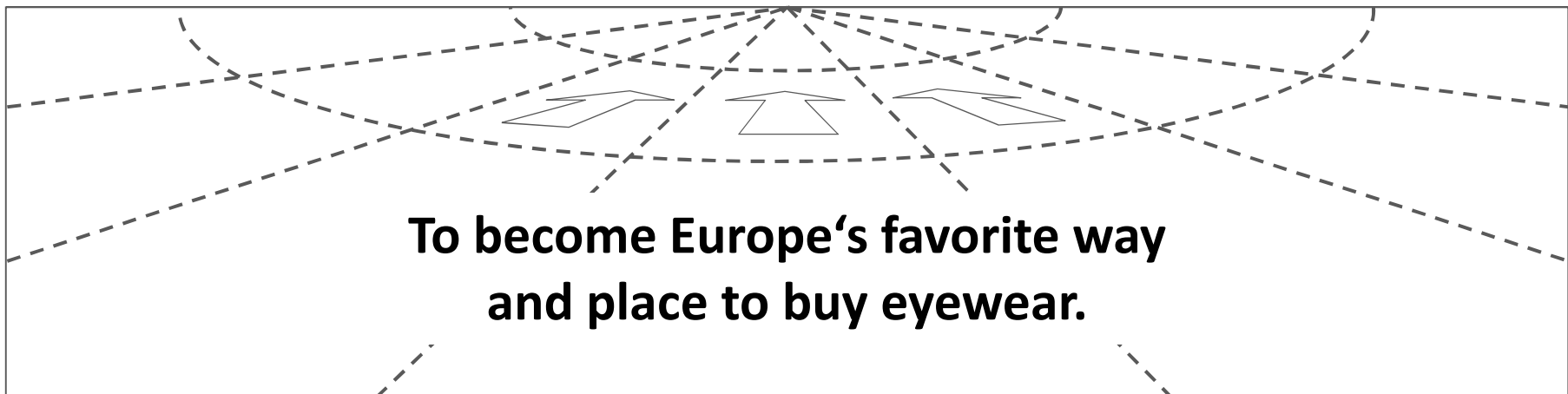
Sonnen- brillen



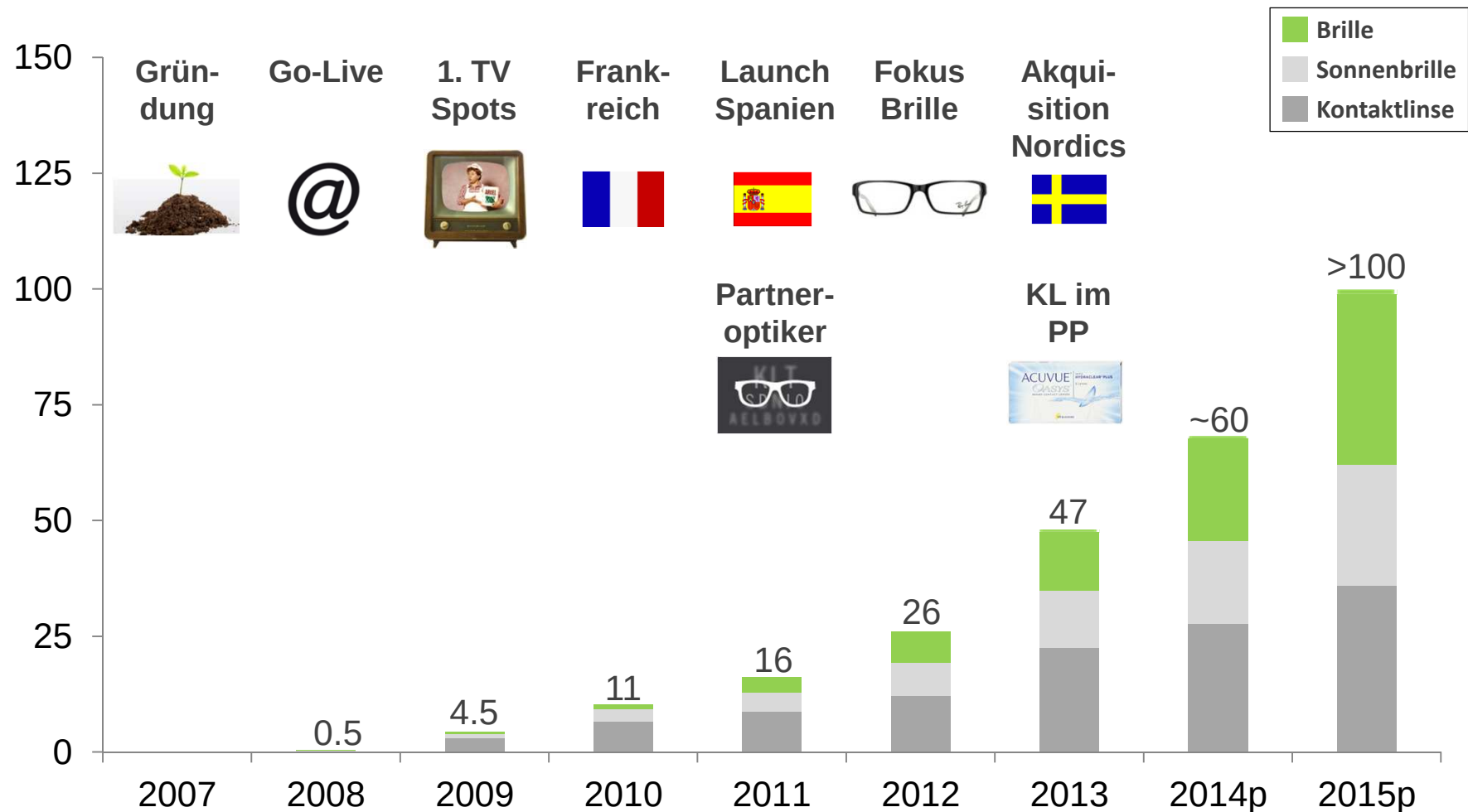
Kontakt- linsen



- ✓ Beste Auswahl
- ✓ Bester Service
- ✓ Bestes Preis-Leistungsverhältnis



Meilensteine in der Unternehmensentwicklung



Präsenz in vielen europäischen Ländern, weitere Ausbau in Planung



Aktuelle Zahlen

- ✓ Über 1 Mio Kunden in EU (700T in DE)
- ✓ >47 Mio. € Umsatz in 2013
- ✓ Top 5 der Optiker in DE
- ✓ ~300 Mitarbeiter (>25 AO's)
- ✓ Ca. 80.000 Visits pro Tag

Customer centric



Data driven



Agile



Crossmediales Marketing als Bindeglied zwischen on-/offline und Neu-/Bestandskunden

Geschäftsmodell

Vom Pure Online Player zum Multi-Channel Optiker durch Partner-Optiker

Online-Marketing

Anzeige zu Mister Spex ⓘ

misterspex.de - Mister Spex Online-Shop

www.misterspex.de/

★★★★★ 1.819 Bewertungen für misterpex.de

Brillen, Sonnenbrillen und Kontaktlinsen günstig kaufen!

E-Mail-Adresse

Newsletter abonnieren

Datenschutz

Brillen

Sonnenbrillen

Kontaktlinsen

Sehtest

[Brillen Online-Shop - Markenbrillen online kaufen bei Mister Spex](#)

misterspex.de/

★★★★★ 6750 Erfahrungsberichte

Mister Spex Brillen Online-Shop ✓ Über 4.000 Brillen, Sonnenbrillen & Kontaktlinsen verschiedener Marken ✓ 30 Tage Rückgaberecht ✓ Jetzt online kaufen.

- ✓ Suchmaschinenmarketing
- ✓ E-Mail-Marketing
- ✓ Affiliate-Marketing
- ✓ Display
- ✓ Retargeting
- ✓ Onsite-Marketing
- ✓ Suchmaschinen-optimierung

Cross Media

Offline-Marketing

- ✓ TV
- ✓ Radio
- ✓ Postalische Mailings
- ✓ Paketbeileger
- ✓ Print & Kooperationen



Kunden

- ✓ Alter: 35,2
- ✓ Höheres Bildungsniveau
- ✓ ca. 60% Frauen & 40 % Männer
- ✓ Brille im Kopf noch „offline“ verankert – daher crossmediales Marketing nötig

Das Online-Segment innerhalb der Augenoptik wird weiter über alle Produktkategorien wachsen



► **Mittelfristiger Onlineanteil von ca. 10% im Bereich Korrektionsbrillen**

Brille: Online.

www.misterspex.de

Hat ein Multi-Channel-System in der
Augenoptik **aus Kundensicht** Potential?

Marktstudien verdeutlichen großes Potential für Multichannel-Konzepte



**Elke
Dobisch**
(200 Interviews)

- Möglichkeit optische Produkte online zu kaufen nicht jedem bekannt
- Kaufbereitschaft Brille steigt von 29% auf 50% nach Aufklärung des Kunden

**Mister Spex
Marktstudie**
(4.600
Teilnehmer)

- 21,3 Mio. potentielle Kunden für Onlinekauf Sonnenbrille
- 12,9 Mio. potentielle Kunden für Onlinekauf Korrektionsbrille

**Mister Spex
Kunden-
umfrage**
(6.700 Kunden)

- Vorteile des Online-Kaufs: Convenience, Preis und Ansichtsbestellung
- Faktoren, die die Kaufbereitschaft erhöhen: Refraktion & Anpassung



Erhöhung des Servicelevels für Kunden und Vergrößerung des adressierbaren Marktes von 10% auf 25% durch Multi-Channel-Ansatz

Modellentwicklung gemeinsam mit Optikern in Workshops nach vorheriger Marktanalyse



**Langfristige Partnerschaft,
die für alle Beteiligten dauerhaft von Vorteil ist**

Aktuell 455 Partner-Optiker



Stand 27.08.2014

Partner-Optiker

- ✓ Sehtest, Brillenanpassung und mittlerweile KL-Anpassung
- ✓ Optimale Glasberatung
- ✓ Fixe Vergütung der Dienstleistung – und Umsatzbeteiligung

Kunde

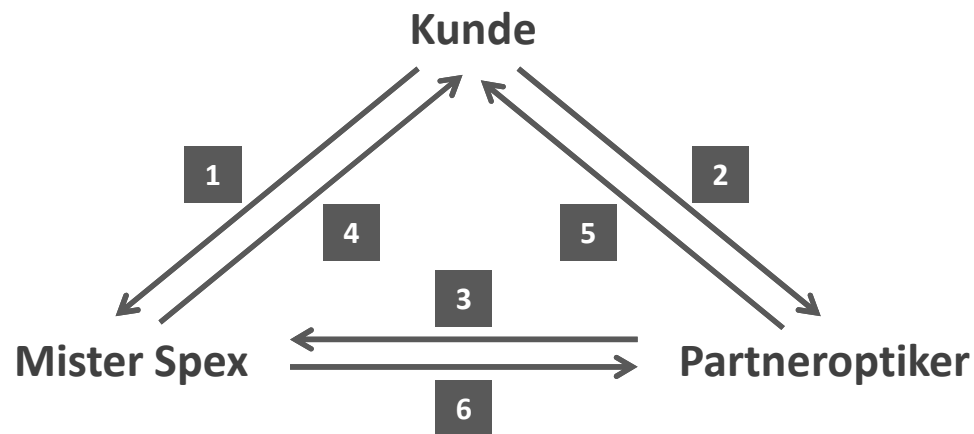
- ✓ Service-Leistungen ähnlich zum Kauf beim stationären Optiker
- ✓ Vorteile des Online-Brillenkaufs

Mister Spex

- ✓ Auswahl, Öffnungszeiten, Preis etc.
- ✓ Optimale Kundenbetreuung
- ✓ Hohe Reichweite
- ✓ Hohe Markenbekanntheit (55% der Deutschen (Onliner 14-49) kennen Mister Spex)

Grobablauf Partnerprogramm Brille

Ablauf des Mister Spex Partnerprogrammes



1 Gutscheinkauf (€9,90)

2 Refraktion

3 Werteübermittlung

4 Brillenkauf (Erstattung € 9,90)

5 Evtl. Anpassung der Brille

6 Vergütung für PO



Das Mister Spex Partnerprogramm bietet die Chance vom wachsenden Online-Markt risikofrei zu profitieren

Welche Partneroptiker suchen wir und für wen macht das Programm Sinn?



✓ Offenheit und „Lust“ auf den Vertriebskanal Internet

✓ 1-10 Filialen

✓ Freie Kapazitäten für zusätzliche Kunden

✓ A- bzw. B+ Lage

Warum sollten Optiker Partner werden?

Vergütungsmodell

- + Vergütung der **Dienstleistung**
- + **Umsatzbeteiligung**

Brille:

- € 15,- für Sehtest
- € 5,- für Anpassung
- 10-25% Umsatzbeteiligung

Kontaktlinse:

- € 25,- für KL-Anpassung
- € 10,- für Jahreskontrolle
- 2,5-10% Umsatzbeteiligung

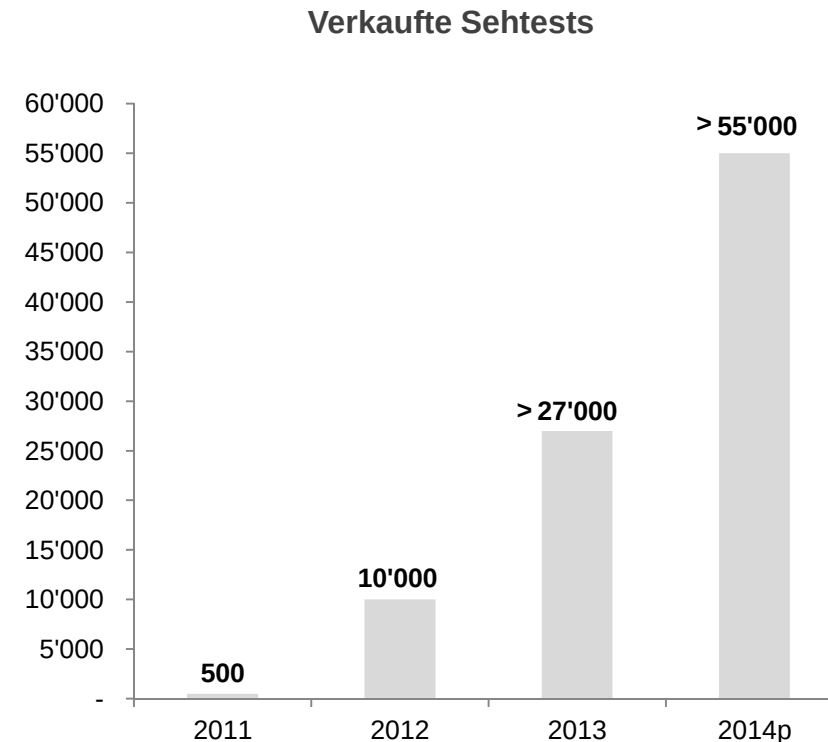
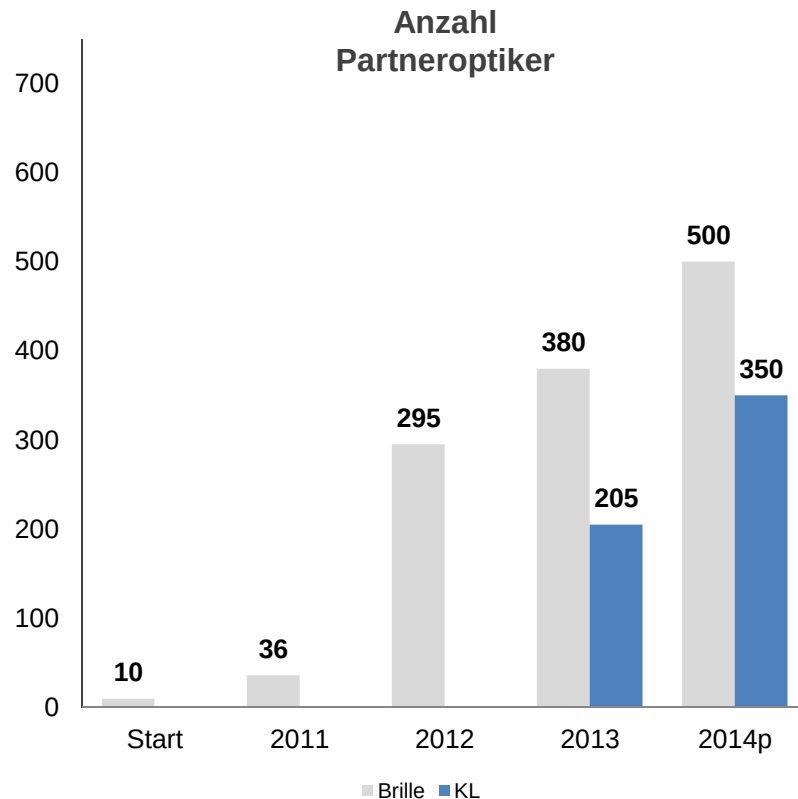
Marketing- und PR-Aktivitäten

- ✓ Kostenlose Steigerung der Bekanntheit durch **Marketing- und PR-Maßnahmen** von Mister Spex
- ✓ Präsenz auf der **reichweitenstarken Website** von Mister Spex (ca. 80.000 Besucher pro Tag)
- ✓ **Differenzierung** zum lokalen Wettbewerb
- ✓ **Image** - Fortschritt

Sonstiger Nutzen

- ✓ Erschließen neuer Kunden durch **Weiterempfehlung**
- ✓ **Höhere Kundenfrequenz** für bessere Auslastung
- ✓ **Risikolose Möglichkeit** vom Trend Internet bzw Online zu profitieren
- ✓ **Exklusivität** gegenüber anderen Optikern
- ✓ **Weiterentwicklung** Ausbau des aktuellen **Modells**

Entwicklung des Mister Spex Partnerprogramms



Partnerprogramm für die Brille bereits erfolgreich etabliert, sinnvolle Ergänzung zum reinen Online-Geschäft – Stand heute ca. 15-20% vom Gesamtumsatz Brille über Partnerprogramm

✓ White Spots

Gezieltes Schließen der white spots (EW-Dichte, flächendeckend)

✓ Qualität Partner

Einheitlicher Service, Segmentierung, Kundenzufriedenheit

✓ Modellerweiterung

Kunden- und Optikerbedürfnisse noch mehr befriedigen

✓ Prozesse weiterentwickeln

Abläufe effizienter gestalten

✓ Akzeptanz im Markt weiter erhöhen

Seit 7 Jahren in der Branche

✓ Entwicklung langfristige Strategie

Eigene Filialen?

Langfristige Partnerschaft, die für alle Beteiligten dauerhaft von Vorteil ist

Exkurs – Partnergewinnung

Vertrauen, Image, Akzeptanz, Aufklärung, Vorurteile abbauen



MISTER SPEX

Bei mir hat es „KLICK“ gemacht
Durch das Internet
~~verliere~~ gewinne
ich Kunden.

Kai Schatz,
Inhaber „Optik Schatz“ Albstadt
Mister Spex Partneroptiker seit Juni 2012

MISTER SPEX
Partnerprogramm

Wie Sie vom Online-Handel profitieren können? Wir informieren Sie auf
www.misterspex.de/partnerprogramm

„Optiker empfehlen Optiker“

Testimonials

Präsenz auf Branchenevents

PR (Branche und Masse)

Modellerweiterung

Was haben wir gelernt / Fazit

- Andere Branche – andere Mechanismen (Optik ist Handwerk)
- Der Kunde entscheidet für sich selbst (Bedarf online vorhanden)
- Lieber 80% jetzt als 100% nie (Studien, Lerneffekt, am Ende anders)
- Testen, testen, testen
- Hypothesengetrieben arbeiten – nicht Sachen machen um sie zu machen
- Bauchentscheidungen in komplexen Situationen schwierig - ZDF
- Probleme dann lösen wenn sie da sind
- B2B vs B2C Beziehungen (2. Chance schwierig)



Kundenorientiert - Datengetrieben - Agil