

Het zal mij een (oog)zorg zijn!

Door: Vincent Molkenboer

Daar ben ik weer! Na een decennium afwezigheid is het tijd weer eens van mij te laten horen en voor "ContactlensInside" de discussie aan te wakkeren. Tien jaar geleden stond ik nog dagelijks in de winkel, maar sindsdien heb ik mijn horizon verbreed en veel geleerd over onze prachtige, maar ook uitdagende branche. Mijn missie? Ons als beroepsgroep een spiegel voorhouden en jullie inspireren en prikkelen om kritisch na te denken over ons werk. En ja, ik weet het, dat kan soms schuren. Maar geen zorgen: het is niet persoonlijk, wél doelbewust... dus bij voorbaat mijn excuses?.

Oogzorg, proef dat woord eens. Wat betekent het voor jou als contactlensspecialist of optometrist? Vaak krijg ik, wanneer ik die vraag stel, hetzelfde antwoord: "Ik wil het beste voor de ogen van mijn klanten." Een prachtig streven. Maar laat me je wat vragen: doet jouw werk in de dagelijkse praktijk dat streven echt eer aan?

Echte oogzorg gaat verder dan de oppervlakte. Het draait om de optimale gezondheid van de ogen van onze klanten, elke dag opnieuw. Dat begint met grondig onderzoek en het aanbieden van de meest innovatieve en geschikte oplossingen. Toch zie ik een patroon. Bij een eerste aanpassing gaan we 'all in': anamnese, refractie, cornea topografie, traanfilm analyse, beoordeling van de ogen én adnexa. Die eerste 20-30 minuten stralen professionaliteit uit. Maar hoe zit het met de periodieke controles? Hoe vaak verzanden die in een routinepraatje over de kinderen en een snelle blik op de sterkte? Kom op, laten we eerlijk zijn. Hoe vaak benut jij nog écht al jouw kennis en apparatuur bij een controle?

Als we onze expertise laten versloffen, verdoezelen we onze eigen meerwaarde. En juist die meerwaarde is cruciaal om ons onderscheidend vermogen te behouden, vandaag én morgen.

En dan is er nog technologie. Als beroepsgroep lopen we vaak warm voor de nieuwste snufjes, toch? De laatste smartphone? Check. De nieuwste generatie brillenglazen? Uiteraard! Maar wanneer het op contactlenzen aankomt, laten we klanten soms een eerste kennismaking met technologie die soms wel twintig jaar oud is. Klanten verdienen beter, ze hebben recht op up-to-date oplossingen, net zoals de brildrager recht heeft op de nieuwste generatie glazen. En wist je dat meer dan 50% van onze klanten van ons verwacht dat wij hen informeren over nieuwe producten die mogelijk beter zijn dan hun huidige, of beter aansluiten bij hun actuele levensstijl?¹. Dat maakt het excuus "goed is goed genoeg" niet langer houdbaar.

Dus, laten we onszelf én onze klanten serieus nemen. Als oogzorgspecialisten hebben we de verantwoordelijkheid en de kans om échte oogzorg te bieden; zorg die recht doet aan hun ooggezondheid en onze professionaliteit.

Misschien heb ik met dit stuk wat op je tenen getrapt, of dat je denkt, "Vincent, wat bazel je nu toch weer?". Dan heb ik in ieder geval bereikt wat ik wilde: je hebt erover nagedacht. Wil je reageren? Of mij stevig de waarheid vertellen? Stuur gerust een mail naar jemagmijvoorallesuitmaken@gmail.com. Het zal mij een (oog)zorg zijn?.

Referentie:

¹ Vision Needs Monitor 2022-2023