

Главный в оптике – пациент

Перфильева Е.А., врач-офтальмолог («Клиника Куренкова»),
медицинский советник Bausch+Lomb Vision Care/Valeant

По разным данным, 174 миллиона американских подростков и взрослых в настоящее время используют средства коррекции зрения, и к 2025 году их число увеличится до 192 миллионов. Стоит отметить, что за это время значительно возрастет и группа людей старше 65 лет, которым потребуются коррекция пресбиопии.

Более 47 миллионов подростков и взрослых, нуждающихся в коррекции зрения, носят контактные линзы, и, исходя из прогнозов численности населения, число пользователей линзами в течение следующих 10 лет заметно увеличится. Такой прогноз по увеличению числа носителей контактных линз является хорошей новостью для оптиков, а еще лучше то, что возможности и технологии производства контактных линз идут в ногу с ростом потребностей отрасли, особенно в категории мультифокальной коррекции.

Имеются интересные данные, показывающие, что тип коррекции зрения, который использует человек, напрямую коррелирует с его или ее возрастом.

В настоящее время 77% пользователей контактными линзами – это люди в возрасте от 13 до 44 лет; в то же время те, кто старше 45 лет, предпочитают носить очки. Только 9% взрослых в возрасте 45 лет и старше носят контактные линзы, несмотря на высокий уровень интереса к контактным линзам, выявленный для этой возрастной группы (Рис.1). Интерес к контактным линзам среди людей, которые носят очки, выше у пациентов с пресбиопией, которых интересует удобство и здоровье глаз. Современные новинки в материалах и оптических ди-

зайнах КЛ дают отличную возможность воспользоваться повышенным интересом к данному средству коррекции.

По прогнозам получается, что количество людей, которым требуется использовать средства коррекции зрения, должно увеличиться, в том числе за счет пресбиопов, которые проявляют интерес к мультифокальным линзам. Однако количество пользователей контактными линзами после 44 лет значительно падает. Именно здесь есть возможность предложить инновации тем, кому это интересно (Рис.2); и предполагается, что у мультифокалов есть очень хороший потенциал для роста в ближайшем десятилетии.

К сожалению, специалисты, подбирающие контактные линзы, достаточно избирательно подходят к назначению мультифокальных линз своим пациентам (Рис.3). Только 15% специалистов сообщили, что они с энтузиазмом предлагают подобрать мультифокальные контактные линзы своим пациентам, тогда как 48% специалистов начинают работу с пациентом с предупреждения о недостатках данного метода коррекции еще прежде, чем пациенты их попробуют.

Почему пациенты выбирают определенный бренд

Комфорт, качество зрения, здоровье глаз и рекомендации специалиста являются наиболее важными для более чем 7 из 10 пациентов при выборе бренда контактных линз (Рис.4). Люди с астигматизмом или пресбиопией больше ценят высокое качество зрения, в то время как большинство новичков – тех, кто носит линзы менее года, чаще делают

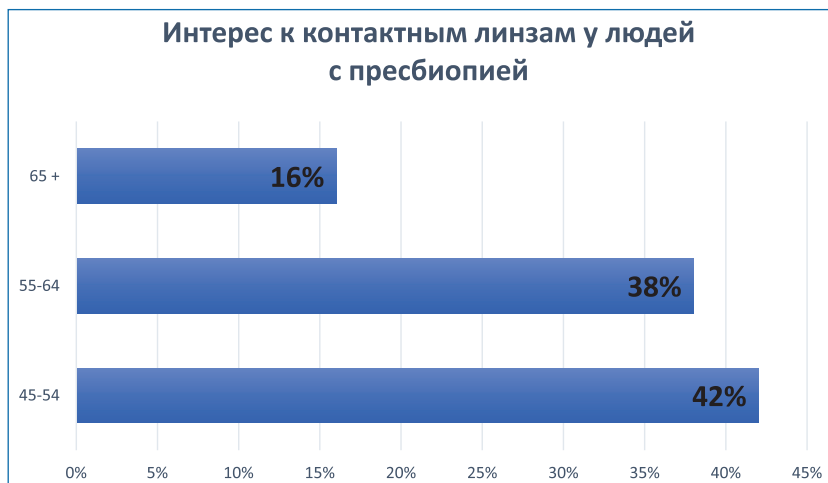


Рис. 1. Интерес к мультифокальным линзам у пациентов старше 45 лет

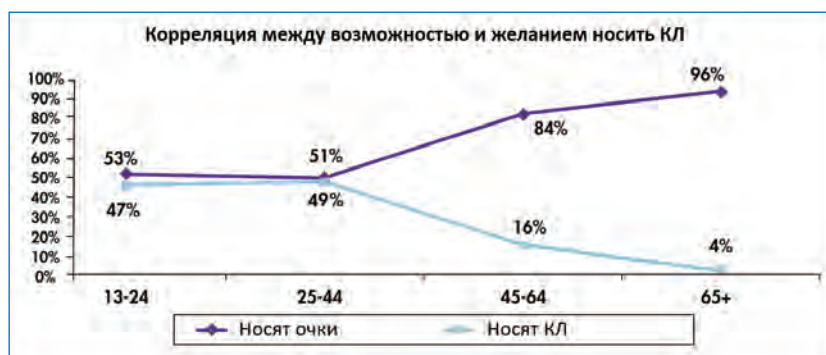


Рис. 2. В категории старше 45 лет отмечается всплеск интереса к контактным линзам (КЛ), но увеличивается отказ от их ношения



Рис. 3. Отбор специалистами кандидатов для ношения мультифокальных контактных линз

свой выбор на основе рекомендации врача или выбирают уже знакомый им бренд. Для тех, кто только начинает пользоваться линзами, также важно, чтобы у рекомендованного им бренда были характеристики «хорошо подходит для новичков» и «используется новейшая технология».

Пациенты обращаются к своим специалистам, чтобы те помогли им сохранить здоровье глаз и подобрать необходимую коррекцию. Исследования показывают, что подбирающие линзы специалисты должны активно взаимодействовать с другими работниками в оптике, чтобы дать пациентам наиболее полную информацию о продуктах, которые они им рекомендуют, а также обсуждать с пациентами особенности линз, которые могут повлиять на их ношение или адаптацию к ним. Независимо от того, являются ли пациенты уже опытными или новыми пользователями контактными линзами, они доверяют своим офтальмологам и оптометристами и хотят, чтобы им рассказали обо всех подходящих вариантах коррекции, чтобы остановить свой выбор на тех линзах, которые смогут обеспечивать высокое качество зрения.

Потенциальные носители контактных линз

По оценкам маркетинговых агентств, 46,6 миллиона подростков и взрослых являются потенциальными носителями контактных линз: это люди, которые в настоящее время носят очки, но хотят попробовать контактные лин-

зы. По прогнозам численности населения, к 2025 году эта цифра возрастет на 3,2 миллиона. Рост численности возрастной группы старше 65 лет в прогнозах на указанный период делает более значимой необходимость подбирать коррекцию людям с пресбиопией, которые также могут иметь признаки сухости глаза.

Среди носителей контактных линз более 80% носят очки периодически или в качестве основного средства коррекции зрения. Специалисты должны учитывать возможность того, что эти люди носят очки, потому что их контактные линзы не соответствуют некоторым из их потребностей. Это важный аспект для изучения, поскольку возможности контактных линз достаточно широкие, и они могут быть подобраны большому числу пациентов. Также важно проследить, чтобы рецепты на очки своевременно обновлялись и очки соответствовали образу жизни пациента.

Несмотря на то, что стоимость является важным фактором для пациентов, которым необходима коррекция зрения, пользователи контактными линзами хотят, чтобы специалисты делились с ними информацией о новых технологиях, которые используются в контактной коррекции. Независимо от того, носит пациент очки или контактные линзы, он хочет узнать, что есть нового в индустрии, и высоко ценит того специалиста, который может дать подобную информацию и предложить инновационные продукты.



Рис. 4. Комфорт и качество зрения входят в число наиболее важных потребностей пациентов при выборе бренда контактных линз

Контактные линзы или очки

Большинство потребителей, которым требуется использовать средства коррекции зрения, расценивают возможности контактных линз на одном уровне с очками или даже предполагают, что у линз могут быть преимущества перед очками. Внешний вид в контактных линзах возглавляет список преимуществ; однако в дополнение к внешнему виду многие потенциальные носители контактных линз рассматривают их конкретные преимущества, применимые к их образу жизни.

Одним из основных недостатков контактной коррекции пользователи называют ее стоимость. Но они высоко оценивают преимущества контактных линз для внешнего вида, образа жизни, комфорта и качества зрения, и для многих эти преимущества перевешивают недовольство ценой. Если человек всегда был эметропом, а с возрастом столкнулся с пресбиопией, то при пользовании мультифокальными контактными линзами он может сохранить свой привычный внешний облик, не ассоциируя начало пользования средством коррекции зрения со старением.

Другой вариант использования контактных линз, о котором часто забывают, – это эпизодическое ношение, которое дает возможность воспользоваться всеми преимуществами данного метода коррекции зрения без высоких затрат. Очки и контактные линзы не являются взаимозаменяемыми средствами, пациенты могут делать выбор в пользу тех или других в зависимости от ситуации и вида деятельности.

Преодоление барьеров и возвращение отказавшихся от линз

Один из пяти человек, которые носят очки, сообщает, что в прошлом у них был опыт ношения контактных линз; большая часть из них имеют астигматизм или пресбиопию. Пациенты, которые достигли пресбиопии и пользуются

коррекцией по типу «моновижн», являются первыми кандидатами на прекращение ношения контактных линз.

Преимущества современных материалов и дизайнов контактных линз в сочетании с высоким интересом к контактной коррекции у носителей очков позволяют надеяться на возврат к ношению контактных линз тех пациентов, которые ранее от них отказались.

Дискомфорт, трудности с надеванием и снятием линз, необходимость за ними ухаживать также являются частыми причинами прекращения ношения контактных линз. В этих случаях у специалистов есть возможность просветить своих пациентов, разрушить имеющиеся у них мифы и неправильные представления о линзах. Если выявить причину отказа пациента от ношения контактных линз, то можно определить стратегию работы с ним с целью возврата к использованию контактных линз.

В этой статье приведен обзор маркетинговых исследований, которые лучше помогают понять пациентов и выбрать верную тактику работы с ними. Главным центром, безусловно, является пациент – его потребности, ожидания и удовлетворенность результатом работы квалифицированных специалистов.

Литература

1. Anders G. Inside Amazon's Idea Machine: How Bezos Decodes Customers. Forbes. Available at: <http://www.forbes.com/sites/georgeanders/2012/04/04/inside-amazon/#7c48b9937ae2>.
2. ASCI LLC. American Customer Satisfaction Index Retail Report 2015. Available at: <https://www.theacsi.org/news-and-resources/customer-satisfaction-reports/reports-2015/acsi-retail-report-2015>.
3. Multi-sponsor Surveys, Inc. 2015 Gallup Study of the U.S. Consumer Contact Lens Market. October 2015; Princeton, NJ.
4. Multi-sponsor Surveys, Inc. 2015 Gallup Study of the U.S. Multi-Focal Contact Lens Market. October 2015; Princeton, NJ.
5. The Soft Multifocal Contact Lens Eyecare Practitioner Usage and Attitude Study. Jobson Optical Research. December 2015.
6. Rah M.J., Reindel W., Mosehauer G. Interest and acceptance of a new contact lens technology in today's practice. Poster presented at the American Optometric Association Annual Meeting. June 2015.
7. Richdale K, Sinnott LT, Skadahl E, Nichols JJ. Frequency of and factors associated with contact lens dissatisfaction and discontinuation. Cornea. 2007;26(2):168-174.
8. Wesley G., Wilson B., Saxon J. How to build a Patient-Centric practice: a lesson from Amazon.com. Contact Lens Spectrum, Special edition, 2016: 14-16

Причины, почему пациенты выбирают линзы, а не очки

- Внешность
- Стиль жизни
- Комфорт
- Высокое качество зрения