

# intervista

## OMC vuole dare più valore al singolo

Il presidente di OMC Vito De Martino riceve il Francobollo d'Argento al 37° Congresso AdOO



Le parole d'ordine sono: individualità e business. Lo spiega in questa intervista il presidente del Club Vito De Martino, che racconta la filosofia e le molteplici attività dell'innovativo "Gruppo di vendita"

di Massimiliano Lanzafame

**Optical** Master Club (OMC) è attivo dal 2008, ma in pochi anni si è già affermato come una realtà consolidata del nostro settore e, pur mantenendo un profilo "esclusivo", continua nella sua espansione e innovazione alla ricerca di nuovi servizi e di partnership durature, con gli affiliati e con le aziende partner, per contribuire ancor di più al successo e alla crescita dei soci ottici optometristi indipendenti.

«E sottolineiamo la parola "indipendenti", perché OMC si rivolge solo a coloro che intendono mantenersi tali ovvero a tutti coloro che desiderano continuare ad avere un negozio di ottica "tradizionale" e preferiscono dare valore alla propria insegna e al proprio nome, anziché allinearsi a mere politiche da catena (format uguali, insegne comuni...)».

A dirlo è **Vito De Martino, presidente di Optical Master Club**, che abbiamo incontrato a Bologna, in occasione del 37° Congresso dell'Albo degli Ottici Optometristi, dove ha fatto il punto sulle molteplici attività del suo "gruppo di vendita". «Abbiamo ancora tante idee per il futuro - aggiunge - che stiamo mettendo in pratica per generare nuovi benefici esclusivi per i nostri associati».

*Presidente, quanto è importante partecipare a eventi e congressi, come quello dell'Albo, dove si riuniscono gli operatori del settore?*

«Partecipare ai congressi di settore fa parte del programma del nostro Club. Infatti, fin dal momento della nostra

fondazione abbiamo preso parte a tutti i Congressi dell'Albo degli Ottici Optometristi (a partire da Lecce 2008). Considerando che siamo innanzitutto professionisti, si tratta di un avvenimento molto importante per noi, perché questo è il nostro ambiente, è la nostra casa. Senza dimenticare che questi eventi sono sempre un'opportunità di dialogo e di confronto costruttivo».

**Qual è il suo parere sulla tanto discussa questione del profilo professionale?**

«Per noi ottici optometristi il discorso professionale è importantissimo: è la *conditio sine qua non*. Bisogna essere ben preparati per poter dare delle risposte precise e competenti agli nostri utenti. Il consumatore deve poter considerare scontata ed implicita la nostra preparazione e la nostra competenza in materia di visione. È il nostro territorio: non possiamo deludere le aspettative. Ma è altresì importante non perdere mai di vista che l'ottico optometrista ha due anime: una professionale e una commerciale. La prima è indissolubile dalla seconda. Entrambe sono indispensabili. Entrambe da far convivere con armonia e con una pianificazione strategica che non può essere lasciata al caso. Quindi, la questione professionale e quella commerciale devono andare di pari passo. E in questa lotta per difendere il nostro canale, l'aiuto delle associazioni di categoria e la presa di posizione dei "gruppi" come il nostro è indispensabile. Diversamente rischiamo di diventare una "specie in via d'estinzione". Sarebbe un vero peccato anche perché ricordo di aver letto che più dell'80% della popolazione italiana preferisce effettuare i propri occhiali da vista (nostro *core product*) presso un centro ottico tradizionale e solo poco più del 10% si rivolge a catene o negozi con insegna comune. Per le altre merceologie, come l'occhiale da sole, invece, la presa di posizione di molte grandi aziende produttive ancora manca. Mi chiedo, quanto ancora dovremo aspettare...?».

**Quindi diventa fondamentale la formazione?**

«Optical Master Club ha a cuore che il proprio associato abbia come punto di riferimento una gestione sempre più attenta e all'avanguardia. Dato lo scenario economico attuale, occorre fare sempre più attenzione agli acquisti che si fanno per l'assortimento, perché i margini si sono ridotti negli ultimi anni. Nello stesso tempo, bisogna prestare massima attenzione al magazzino, che pesa due volte sul business: sia per il costo delle rimanenze, sia come patrimonio sui cui si pagano le relative tasse. Ecco perché l'ottico optometrista, per essere all'altezza delle odierne sfide, deve formarsi sia professionalmente,

sia managerialmente. Entrambi gli skill servono per gestire con successo la propria attività. Ma non possiamo pretendere che l'ottico sia onisciente in materia amministrativa, commerciale, manageriale, marketing, sia esperto in risorse umane ed anche un creativo pubblicitario. E anche se fosse così competente in tutte le materie, difficilmente troverebbe il tempo per occuparsi di tutto in prima persona e governare in toto i processi aziendali. Per questo motivo ci siamo noi di OMC, che lo affianchiamo come veri consulenti fidati e competenti per semplificarci la vita e far crescere la sua azienda. Stiamo al suo fianco senza mai operare alcuna imposizione, ma fornendogli opportunità e strumenti gratuiti e chiavi in mano. Come potrà ben capire, noi di OMC siamo ben diversi dagli altri player del mercato. Con gli associati abbiamo un dialogo costante e questo ci è possibile anche perché la nostra crescita è ponderata: è con un pizzico di orgoglio posso dire che siamo pochi (oltre 100 punti vendita *ndr*), ma buoni».

**Optical Master Club ci risulta molto attiva nel fornire occasioni di formazione e crescita ai propri soci.**

«Il nostro Club favorisce la formazione sia dal punto di vista squisitamente tecnico-professionale, sia da quello tecnico-commerciale. Un esempio sono le nostre Convention in cui ci avvaliamo, come relatori, di professionisti di fama provenienti sia dal mondo accademico, sia da quello dell'industria. A Rimini, il 3 e 4 aprile scorso, abbiamo affrontato la tematica del futuro del mercato ottico insieme agli esperti della società di ricerche Gfk. Un altro contributo molto apprezzato è stato quello di Anna Gatti, esperta in controllo di gestione. Per il retail marketing e la comunicazione del centro ottico, invece, siamo costantemente affiancati dal team di un'agenzia molto esperta nel settore dell'ottica, che opera espressamente per noi. Sapete che i nostri soci ricevono un vero e proprio marketing plan? È uno dei servizi gratuiti offerti da OMC: personalizzato e indispensabile per pia-

**Più valore al tuo valore**



Siamo un "gruppo di vendita", non un "gruppo di acquisto".



Supportiamo la Tua crescita con un marketing personalizzato.



Rispettiamo la Tua autonomia ed il Tuo marchio.



Ti offriamo servizi, vantaggi e privilegi esclusivi.

nificare correttamente la propria attività. Quindi non solo ci occupiamo di formazione, ma anche di vera e propria consulenza qualificata. E se non ci credete, vi consiglio di entrare nel nostro sito ([www.opticalmasterclub.it](http://www.opticalmasterclub.it)) e cliccate *best practice*».

**Avete lanciato una nuova formula di aggregazione al servizio dell'ottico optometrista, può spiegare meglio di che cosa si tratta?**

«Siamo un Gruppo di vendita e non il solito gruppo d'acquisto. Siamo diversi dagli altri, perché lavoriamo per favorire il *sell-out* ovvero le vendite dei nostri soci. Ottenere gli sconti dalla aziende non basta più e soprattutto gli ottici non hanno più bisogno dell'aggregazione per ottenerli. Sono finiti quei tempi, non ci siamo accorti che il mondo è cambiato?

Oggi è la comunicazione a decretare il successo di un'attività commerciale. Non basta vendere, bisogna fare marketing per incrementare il business. E le nostre attività di marketing puntano sulle leve della differenziazione e sull'identità commerciale. Sulla creazione di relazioni su misura. Infatti - e ci tengo a precisarlo - il nostro Club, si impegna a mantenere e sviluppare l'individualità dell'associato.

Crediamo nel valore del marchio di ogni singolo centro ottico: ognuno con la propria identità, la propria storia, i propri valori. È un patrimonio su cui investiamo. Infatti, noi associati siamo tutti imprenditori e non vogliamo omologarci. Crediamo nel nostro nome, crediamo in quello che abbiamo fatto e vogliamo continuare a portare avanti la nostra insegna. Quindi, il compito di OMC è supportarci dando ancor "più valore al nostro valore". Ed è un compito che viene puntualmente svolto con serietà e concretezza».

**Nel vostro folder leggo anche "trasparenza e remunerazione". Di cosa si tratta?**

«Significa essere remunerati dal Club: ogni anno, in base al proprio lavoro con le aziende partner, con un premio in denaro. Non male, vero? In questo modo anche la quota associativa annuale viene praticamente coperta dal rimborso che i nostri soci ricevono dal Club, senza ovviamente che questo intacchi gli sconti e i premi che le aziende fornitrici garantiscono direttamente a loro. In OMC più lavori con le aziende partner, più aumenti i margini».

**Oggi quali sono le esigenze principali per un centro ottico, cosa vi chiedono i soci?**

«La prima regola è saper ascoltare. Ma ancora più importante è saper anticipare le richieste dei soci. C'è una gran-

de differenza tra reagire oppure prevedere e agire. Per questo il nostro team è composto da esperti, da persone con grande esperienza in questo nostro mondo dell'ottica, che vive di regole proprie e necessita di risposte pertinenti e non dei soliti luoghi comuni. Ma non basta ascoltare solo i soci, sappiamo ascoltare anche gli altri attori del mercato, ovvero le aziende. Solo dialogando in sinergia con tutti gli attori della catena del valore si possono creare contesti vantaggiosi.

Una precisazione in merito alle aziende ci tengo a farla: OMC non è partner di tutte le aziende in modo indiscriminato, ma solo di quelle che difendono il canale dell'ottica indipendente. Non abbiamo mai stretto legami con coloro che prestano il fianco alle catene, non facciamo contratti con chi fornisce prodotti alla grande distribuzione. Ci vuole coerenza e costanza nel perseguire i propri principi. Per questo ci siamo dati una mission chiara, precisa e imprescindibile».

**In conclusione, quali caratteristiche deve avere un ottico optometrista che vuole entrare in Optical Master Club?**

«Direi che basta guardare chi è già socio di OMC per definire un identikit. Sono uomini con mentalità imprenditoriale, sono professionisti di successo, sanno operare con onestà intellettuale e commerciale. Per questo affermiamo che OMC è "un Club per molti, ma non per tutti".

Agli altri che ancora non ci conoscono, ma condividono la nostra filosofia, possiamo dire che sapremo essere al loro fianco, senza mai operare alcuna imposizione. Sapremo lavorare nel loro rispetto e nel loro interesse, con serietà e competenza. Nessun contratto capestro obbliga i soci a restare in OMC. Nessuno si sostituirà a loro nella conduzione dell'attività, ma noi tutti gli daremo una mano per semplificarli la vita e fargli cogliere nuove opportunità. Solo la nostra capacità di trasformare le parole in fatti concreti sanciscono ogni giorno il nostro crescente successo. Ringrazio di cuore tutti coloro che hanno avuto fiducia in Optical Master Club. Siamo una bella famiglia, che conduciamo con amore e senso di responsabilità come farebbe un buon padre di famiglia».

**Individualità**  
Ognuno con la propria identità, la propria storia e i propri valori.

**Esclusività**  
Uniamo le potenzialità per ottenere benefici esclusivi

**Cuore & Passione**  
Creatività, flessibilità, efficienza e dinamicità

**Determinazione**  
Una mentalità manageriale per accrescere il Tuo business

I valori di OMC