

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/otchet-po-praktike/140776>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Медицина

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 4

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ 5

Прохождение техники безопасности, ОТ, ПБ, ГО и ЧС 5

Оформление тематической витрины оптического салона 5

Подбор оправы и солнцезащитных очков для пенсионера 6

Подбор корректирующих очков с точки зрения создания общего визуального имиджа для бизнесмена, дизайнера, научного работника 7

Составление концепции распродажи для оптического салона 7

Изучение внешних проявлений психологических типов в приемном зале оптического салона 8

Изучение коммуникативных умений в процессе консультации потребителя по вопросам современной оптической моды, формирования визуального имиджа 10

Изучение технологий презентации оптической продукции 10

Изучение конфликтных ситуаций, их урегулирование и разрешение в приемном зале оптического салона 12

Изучение техники продаж средств коррекции зрения 13

Изучение способов и видов информации о средствах коррекции зрения 14

ГЛАВА 2. ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 16

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 18

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 19

ВВЕДЕНИЕ

В условиях повышения общей конкуренции продуманный интерьер является не «предметом роскоши», а тем, с чего надо начинать. Важно понимать, что оптик конкурирует не только со своими коллегами. Для него безразлично, куда пойдет человек и на что потратит «свои кровные» - на новый телефон, новые кроссовки или новые очки. Очки — самый сложный товар, имеющий отношение к таким разным областям, как офтальмология и мода, оптика и дизайн, технология и т.д. Очевидно, что они требуют специализированного демонстрационного оборудования и особой организации торгового пространства.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ

Прохождение техники безопасности, ОТ, ПБ, ГО и ЧС

Продавец оптики должен знать:

принципы организации и экономики фармацевтической службы;

устройство, свойства, правила эксплуатации и хранения очковой оптики, применяемых в работе оптических приборов;

задачи и функции фармацевтического учреждения в области обеспечения населения очковой оптикой;

законодательство о труде и охране труда;

правила внутреннего трудового распорядка;

правила и нормы охраны труда, техники безопасности, производственной санитарии и противопожарной защиты;

Продавец оптики несет ответственность:

за неисполнение или ненадлежащее исполнение своих обязанностей,

предусмотренных настоящей инструкцией, - в соответствии с действующим трудовым законодательством;

за правонарушения, совершенные в период осуществления своей деятельности, в соответствии с действующим гражданским, административным и уголовным законодательством;

за причинение материального ущерба - в соответствии с действующим законодательством.

Оформление тематической витрины оптического салона

Полноценный салон оптики часто включает в себя:

- лабораторию;
- зал ожидания или приёмную;
- кабинет врача;
- специализированную аптеку;
- большой торговый зал.

Салоны оптики продают сложный товар, который сочетает в себе современные достижения медицины и моды. Покупатель не должен себя чувствовать как в больнице, но и не должен думать, что он на ярмарке. Поэтому оформление магазина требует предварительного дизайн-проекта, качественного ремонта и специализированного торгового оборудования.

Принципы оформления витрин:

- Не пренебрегайте оформлением товаров масс-маркета.
- Выделите витрины с известными брендами.
- Разделите мужские и женские товары. Две верхних полки — для сильного пола, третья сверху — оправы для очков унисекс, и остальные — женские. Это удобно большинству посетителей, ведь мужчины в среднем выше женщин.
- Используйте неглубокие стеллажи и витрины до 15 см.
- Используйте светлый или контрастный фон для очков.
- Учитывайте особенность перемещения покупательского потока.
- Группируйте товары по категориям, разбавляйте большие группы однотипных товаров дополнительными аксессуарами.
- Используйте прикассовую зону для импульсивных покупок.
- Создавайте динамику из настенных стоек, зеркал, узких шкафчиков и вертикальных витрин.
- Разбавьте большой объём однотипных оправ футлярами, косынками, чехлами.
- Демонстрируйте дужки с узорами во всей красе — расположите их под углом.
- Витрину с новой коллекцией или уникальными брендами расположите прямо напротив входа.

Подбор оправы и солнцезащитных очков для пенсионера

Критерий безопасности пластиковых линз складывается только из качества материала и фильтров, которые используются для создания блокирующего слоя на очках.

в отличие от пластика, стекло не пропускает ультрафиолетовое излучение, даже если сами линзы прозрачные. Можно выбирать очки с минимальным затемнением и быть спокойным за здоровье своих глаз. Другое достоинство стеклянных солнцезащитных очков – линзы из стекла реже подвержены царапинам. Линзы с маркировкой High UV-protection надежно защищают сетчатку глаза от ожога.

Изучение технологий презентации оптической продукции

Витрину, на которую вы возлагаете особые надежды (например, с дорогой коллекцией текущего сезона), имеет смысл разместить напротив входа, чтобы она бросалась в глаза каждому входящему. Есть и другое мнение насчет центральной витрины: некоторые специалисты считают, что она должна быть репрезентативной, то есть по ней клиент сразу должен понять, на какие категории покупателей здесь рассчитывают. На такой витрине должна быть выложена «основная группа товара» и рекламная продукция к нему. Здесь же можно разместить материалы о товаре, который часто ускользает от внимания покупателя (линзы, аксессуары).

Если поставщики очков предлагают вам фирменную витрину, это хороший шанс гармонично и современно оформить торговый зал. Лучше всего выделить для нескольких фирменных витрин отдельный «островок», создавая, таким образом, небольшой VIP-зал.

Модели, которые вы хотите выделить особо, лучше всего представлять на специальных элегантных подставках. Их не должно быть слишком много — тогда это подчеркнет эксклюзивность предложения. Демонстрационное оборудование для разных видов товара в магазине не должно различаться по качеству, иначе возникает эффект дешевизны и неуважения к клиенту (кроме того, это портит вид торгового зала). И, главное, именно дешевые оправы для очков остаются наиболее продаваемыми и позволяют увеличить оборот Вашего салона оптики. Поэтому недорогие оправы для очков должны быть достойно представлены и хорошо освещены — и это, кстати, поднимет их «статус»: в глазах клиента: товар, представленный наравне с дорогим товаром, всегда выглядит «дороже».

ГЛАВА 2. ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Дорогие очки лучше смотрятся в специальной витрине. При представлении оправ и очков высокой ценовой категории основной задачей является не показать весь модельный ряд, а создать образ торговой марки. Поэтому стенд должен быть не столько торговым, сколько «выставочным».

Сегодня многие производители эксклюзивной оптики предлагают фирменные витрины, оформленные в собственном стиле знаменитой марки (например, «S. T. Dupont», «Chopard», «Chanel» и др.). Сами витрины должны выглядеть достаточно дорого, но не выбиваться из общего стиля оформления помещения. Лучше всего расставить эти витрины так, чтобы они создавали как бы специальный VIP-зал. Помимо размещения в витринах отдельные оправы можно расположить на специальных подставках. При этом стоит представлять только очень ограниченное число моделей.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Магазины и салоны оптики довольно востребованы в нашей стране. Чтобы как-то выделиться среди множества оптиков, нужно не только предложить качественный товар и низкую цену. Важно продумать оригинальный дизайн, который будет визитной карточкой бизнеса. Человек, приходящий в ваш салон должен чувствовать себя в комфортной обстановке. Чтобы была возможность свободного выбора товара и удобной примерки. Для достижения успеха необходимо тщательно проработать дизайн проект. И качественно воплотить его в жизнь.

В салоне оптики главный акцент делается на удобство и качество обслуживания. Стиль заведения не должен противоречить работе персонала. Только вежливые, грамотные специалисты смогут обслужить покупателей по высшему уровню! Что касается дизайна салона, здесь важно соблюдать "золотую" середину. То есть, не перенасыщать зал дополнительными элементами. Ведь они будут только мешать и отвлекать внимание от главного товара.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Основные источники:

1. Жан-Патрик Мурадян. Оптики: как увеличить продажи; пер. с французского Д. Б. Рыловой. - 2-е изд. Пересмотр. И доп. - СПб.:»РА»Веко», 2018. - 144с.
2. Методическое пособие для оптика – мастера. Технологии изготовления очков. ООО «БМГ», 2016.-146с.
3. Мищенко Г.Н., Вардикова Е.А. Прекратите торговать...Для продавцов оптики. Пятигорск, 2020. - 143 с.
4. Самойленко И.С. Стратегия и тактика оптического салона. Увидеть всё. Записки продвинутого портребителя о поиске возможностей на оптическом рынке. СПб.: ООО «РА «ВЕКО»», 2015. - 160 с.

Дополнительные источники:

1. Бердников И.П. PR-Коммуникации (2-е издание) [Электронный ресурс]: практическое пособие/ Бердников И.П., Стрижова А.Ф.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.— 208 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57028>.— ЭБС «IPRbooks».
2. Носенко И.А. Основы оптометрии: практикум/ И.А. Носенко.- Ростов н/Д: Феникс, 2016.-141с. (Библиотека практикующего врача).
3. Рубан Э.Д. Глазные болезни: новейший справочник/Э.Д. Рубан.- Ростов н/Д:Феникс, 2016.-622с. (среднее медицинское образование).
4. Филип Котлер Маркетинг от А до Я [Электронный ресурс]: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер/ Филип Котлер— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпи-на Паблишер, 2016.— 211 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/43688>.— ЭБС «IPRbooks».

Интернет –ресурсы:

1. <http://www.edu.ru>. Российское образование. Федеральный образовательный портал.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/otchet-po-praktike/140776>