



Óptica Arango es un negocio familiar fundado en 1907 como relojería- bazar por el bisabuelo de Cristina Fernández, quien lo regenta en la actualidad. Años después, su tía abuela introdujo el negocio de la óptica, continuado por sus padres y desde hace unos años, por la propia Cristina, como óptico optometrista.

De esta experiencia transmitida durante generaciones, lo que aprendió Cristina y trata de aplicar día a día en su trabajo, es el trato personal hacia la clientela, que les conoce de toda la vida y además, darles una solución individual para cada caso, aplicando los conocimientos de preparación continua que exige la profesión. Procurando además, tener las últimas tecnologías en instrumental y servicios ópticos.

Nos da un montón de consejos aplicables a la digitalización de una óptica, que se pueden llevar a cualquier tipo de comercio. Por ejemplo, considera que para empezar, es buena idea mostrar nuestros servicios y especialidades con reels o vídeos, en su campo, enumera que podemos hacer publicaciones explicando qué es la terapia visual, las ayudas para baja visión, los distintos tipos de lentes de contacto, la importancia de la presión intraocular, etc. También señala que los contenidos en vídeo pueden ser una buena forma de enseñar nuevas colecciones y productos o publicar cuestionarios de preguntas frecuentes, mitos, etc.



Con esta estrategia en redes sociales, persigue varios objetivos:

- Mostrar su trabajo diario a la gente que aún no sepa bien lo que es o puede hacer un óptico optometrista, que la conozcan y explicar las distintas opciones que pueden elegir a la hora de escoger su producto óptico.
- También enseñar en qué podemos ayudar a los pacientes. ¡Y la importancia de las revisiones periódicas!
- De esta manera, si alguien no puede acudir al centro personalmente pero le gusta un producto que ve en sus redes sociales, puede escribirle y comprarlo directamente.



Para Cristina, DICA está suponiendo "un orden al desorden que tengo en RRSS, sobre todo, dudas y novedades que avanzan más rápido de lo que podemos abarcar en una pyme".

El siguiente paso en el que DICA la está asesorando es en herramientas para que su clientela pueda solicitar una graduación o cualquier otro tema optométrico online.

"Mucha gente me sigue y estoy muy contenta con la repercusión, sobre todo de los "miércoles optométricos", porque la gente viene más informada y entienden mejor las opciones que les podemos ofrecer. De esta forma, vienen sabiendo que los ópticos optometristas somos un profesional sanitario al que acudir cuando tienen cualquier problema visual. La finalidad es que el cliente se siente como en casa".

