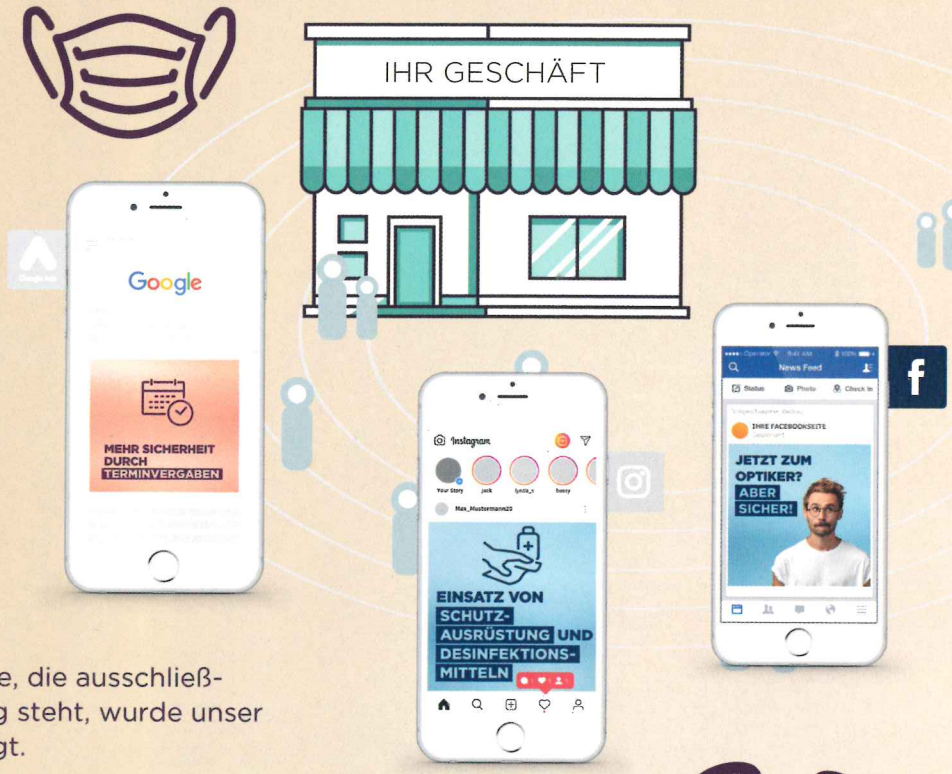
ABER SICHER ZUM OPTIKER

Kommunikationszeitraum 13.07.–30.09.2020 **Teilnahme kostenlos!**

Wir möchten Sie auch in diesen besonderen Zeiten unterstützen. Deshalb stellen wir Ihnen eine Onlinekampagne zur Verfügung, die Sie ganz einfach für **Ihre eigene Facebook-Seite** übernehmen können.

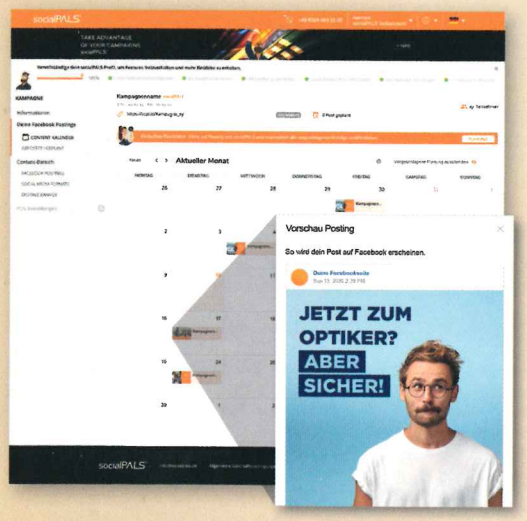
Die Kampagne soll Ihren Kunden vermitteln, dass Sie auch weiterhin für sie da sind, und ihnen alle Bedenken im Hinblick auf einen Besuch bei Ihnen nehmen. Im Fokus stehen hier deshalb die jetzt noch strengeren Hygienemaßnahmen. Die Postings verlinken zu **Ihrer individuellen Landingpage**, auf der Ihre Kunden alle Informationen dazu finden.



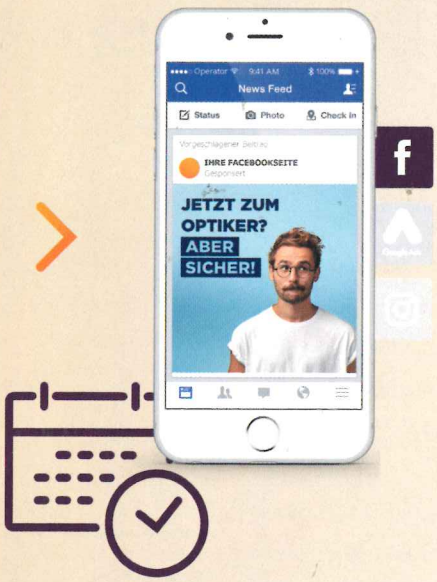
Mit der Durchführung der Kampagne, die ausschließlich Innungsbetrieben zur Verfügung steht, wurde unser Partnerservice socialPALS beauftragt.

Ihre Vorteile:

- **professionelle Onlinekampagne ohne vorheriges Social-Media-Know-how**
- **einmalige Anmeldung in ca. zehn Minuten auf der socialPALS-Plattform**
- **komplette Kampagne mit nur einem Klick starten**
- **individualisierte Landingpage mit Ihren Kontaktdaten hinterlegt**



Indem Sie den Redaktionsplan mit nur einem Klick bestätigen, starten Sie die Kampagne.



Die organischen Posts erscheinen dann automatisch zur geplanten Zeit auf Ihrer Facebook-Seite. Google Ads und Instagram Ads mit diesen Motiven können Sie auf eigene Kosten hinzubuchen.

Einfach auf https://app.socialpals.de/invite/abersicherzumoptiker neu registrieren und Optikeraccount erstellen. Mit nur einem Klick den Redaktionsplan übernehmen und zwölf Wochen lang vollautomatisierte Kundenansprache genießen.

„Aber sicher zum Optiker"-Kampagne

Auf Wunsch des Ausschusses für Öffentlichkeitsarbeit und Marketing hat die zuständige Abteilung des ZVA in Zusammenarbeit mit der Agentur Butter und der Social-Media-Plattform socialPALS eine Kampagne zur Unterstützung der Kundenkommunikation in Corona-Zeiten entwickelt. Sie startet am 13. Juli und endet am 30. September. Kern der Maßnahme bildet ein Master-Redaktionsplan mit Facebook-Posts, der Innungsbetrieben kostenfrei zur Verfügung steht. Die Unternehmen können den Redaktionsplan mit einem Klick für ihre eigenen Facebook-Accounts übernehmen, automatisch werden dann während der nächsten zwölf Wochen organische Posts über den betriebseigenen Kanal ausgespielt. In der ersten Phase stehen dabei die betrieblichen Hygienemaßnahmen im Vordergrund, bevor es in der zweiten Phase vermehrt um augenoptische Dienstleistungen und Produkte geht. Äußerlich tritt der Betrieb als Absender auf, Verbraucher werden bei Interesse zu einer Landingpage geführt, die dessen Logo und Lokalisation per Google Maps zeigt. Über ein Formular haben die Kunden zudem die Möglichkeit, um einen Rückruf zwecks Terminvereinbarung zu bitten. Weitere Informationen gibt es bei den Landesinnungen und Landesinnungsverbänden oder unter www.zva.de/corona-kampagne.

Verschiedenes

Neuauflage der ZVA-Flyer

Die verschiedenen Flyer des ZVA wurden nach und nach an das neue Corporate Design des Verbandes angepasst und zum Teil auch inhaltlich aktualisiert. Erhältlich sind nun: „Was Ihr Optometrist für Sie tun kann", „Kontaktlinsen vom Augenoptiker", „Kurzsichtigkeit bei Kindern" sowie „Augeninnendruckmessung beim Augenoptiker". Der Flyer „Augenoptiker als Beruf" folgt und wird in Kürze ebenfalls wieder verfügbar sein. Von allen anderen Titeln gibt es noch Restexemplare im alten Design, sobald ihr

Bestand sich dem Ende nähert, werden auch diese überarbeitet und neu aufgelegt. Die Broschüre „Sehteste und Funktionsprüfungen beim Augenoptiker" wird – unabhängig vom Design-Relaunch – ohnehin regelmäßig aktualisiert und um weitere Sehteste, die Augenoptiker durchführen dürfen, ergänzt. Sämtliche Flyer können bei Ilka Schäfer (i.schaefer@zva.de) bestellt werden, die Konditionen und PDF-Dokumente zur Ansicht finden Sie im Mitgliederbereich auf www.zva.de, Downloads – ZVA-Flyer. ■