

Oculus

Jaargang 87, 1-2025

Vakblad voor de Optiekbranche

**NUVO Talk:
Bril van de toekomst**

Brancheonderzoek 2025 van start

**Grit Optiek: rijke geschiedenis
in hartje Utrecht**

Transitions
Gen#S

Uitgave van
de NUVO





Voor de behandeling
van droge ogen



AYZ Oogdruppels



Start: 0,15% Hyaluronzuur / Gel: 0,3% Hyaluronzuur
Protect: 0,15% Hyaluronzuur + 2% Dexpanthenol

De lichaamseigen stof hyaluronzuur vormt de basis van AYZ oogdruppels. De druppels bevatten geen conserveermiddelen en zijn door het innovatieve flesje 12 maanden na openen houdbaar.

Adviesverkoopprijs AYZ Start € 11,95

Adviesverkoopprijs AYZ Gel / AYZ Protect € 13,95

Na openen 12 maanden houdbaar.

Geschikt voor dragers van contactlenzen.

AYZ Oogzalf

Isotone oogzalf met 0.4% hyaluronzuur. Bevat slechts 0,87% wolveret. Voor de verlichting van symptomen bij droge ogen. Door hoge mate van viscositeit blijft de zalf haar hydraterende en beschermende functie zelfs 's nachts uitvoeren.

Adviesverkoopprijs € 11,95

Na openen 8 weken houdbaar.

Contactlenzen uitdoen voor gebruik.



AYZ Reinigingsdoekjes

Incl. verwarmbaar oogcompres

Speciaal voor de reiniging van de oogleden, waarbij het natuurlijk katoen met hyaluronzuur en natuurlijk tea tree-extract zorgt voor een reinigend, verzachtend en kalmerend effect. Het tea tree-extract helpt demodex mijt te bestrijden. Ook goed te gebruiken bij chalazion of stijg.

Adviesverkoopprijs € 19,95

Contactlenzen uitdoen voor gebruik.

AYZ Ooglid crème

Ontwikkeld voor de preventieve zorg en verzorging van droge en geïrriteerde huid van de oogleden. Bevat panthenol (5%), hyaluronzuur en vitamine E. Geschikt voor gebruik na ooglidcorrectie.

Adviesverkoopprijs € 14,95

Na openen 6 maanden houdbaar.

Geschikt voor dragers van contactlenzen.



Meer weten over ooglid
hygiëne of het toedienen
van oogdruppels of zalf?

Scan de QR!



passionately bringing
meaningful innovations

Korte Muiderweg 2, 1382 LR Weesp

WWW.AYZ.NL

Nieuw begin

Welkom bij het eerste nummer van het nieuwe jaar! Dit nummer is extra bijzonder voor mij, omdat het de eerste editie is die ik in de rol van hoofdredacteur heb mogen maken. Samen met mijn nieuwe collega Fabiënne en Chantal hebben we deze editie samengesteld.

Traditiegetrouw is zo'n eerste editie een nummer waarin we terugkijken. Vanaf pagina 24 blikken we terug op het afgelopen jaar met het NUVO Jaaroverzicht. Terugkijken doen we ook met Madelon Grit van Grit Optiek. Madelon is alweer de vierde generatie Grit die aan het roer staat van het familiebedrijf. Dit jaar bestaat Grit Optiek 90 jaar. In dit interview nemen we je mee door de rijke geschiedenis van deze winkel in hartje Utrecht.

We gingen ook op bezoek bij Michael Beeks van Beeks Oog & Oor. Recent heeft Michael zijn nieuwe winkel geopend met een indrukwekkende oppervlakte van maar liefst 480m². Hier heeft hij een plek weten te creëren waar klanten en medewerkers zich direct op hun gemak voelen. Op pagina 18 blikken we met hem terug op hoe dit tot stand is gekomen.

Inmiddels is ook de aftrap geweest voor het grote brancheonderzoek. Wat waren de ontwikkelingen van de afgelopen vijf jaar, en wat zijn de verwachtingen voor de komende tijd? Als ondernemer biedt dit onderzoek waardevolle inzichten om je bedrijfsvoering te vergelijken met de resultaten en zo je koers bij te stellen en te verbeteren. Help jij ook mee om dit onderzoek tot een succes te maken?

Een moment stilstaan en terugkijken naar waar je vandaan komt, biedt een waardevolle kans om met nieuwe energie en vol enthousiasme vooruit te kijken. En hoe ziet die toekomst er dan uit als het gaat om brillen? Draagt iedereen straks smartglasses? Norbert ging hierover in gesprek met Nathan Mooij en Maik van Hugte in NUVO Talk.

Kortom, genoeg inspiratie en kansen om vooruit te kijken!

Heb je een idee voor de Oculus of wil je iets met ons delen? Laat het me weten!

Veel leesplezier!



Sandra Pos – van der Vliet

Hoofdredacteur

oculus@nuvo.nl

facebook.com/ocunuvo

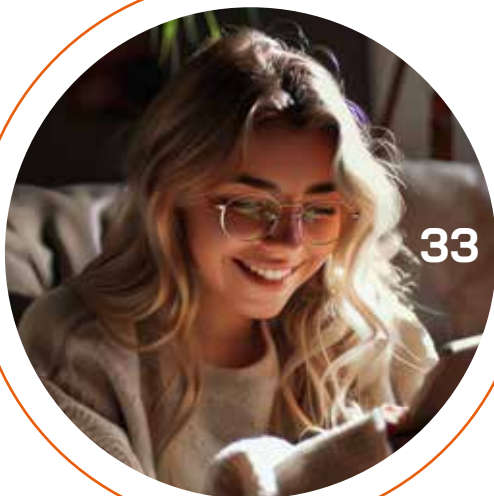
instagram.com/ocunuvo

linkedin.com/company/nuvo

Inhoud

Inspiratie

- 18 WSB Design: Beeks Oog & Oor
- 33 Social Media trends 2025
- 36 Grit Optiek 90 jaar
- 45 Column Inge: Vuurwerk
- 51 Column Marion: Charisma



Advies & Service

- 30 Het Geschil: Goede communicatie maakt het verschil
- 53 Nieuwe docent NUVO Academie: Nico van der Leur
- 60 Inzicht in ledenvragen: Incassodienstverlening
- 62 Fiscaal Advies: Belastingrente
- 65 Verzekeringsadvies: Het belang van een goede arbodienst



“Ik wil dat iedereen zich hier welkom voelt”,

aldus Michael Beeks op pagina 18

Op de cover:
Transitions GEN S,
lees meer vanaf pagina 14!



Nieuws

- 6 Nieuws
- 10 Mensenwerk
- 14 Coverstory Transitions Gen S
- 16 NUVO Talk: Bril van de toekomst
- 24 NUVO Jaaroverzicht 2024
- 40 Start Brancheonderzoek Optiek 2025
- 48 Terugblik NUVO ALV
- 58 ANVC ContactlensUpdate: Samen bouwen aan duurzaam zicht
- 66 Agenda en Colofon
- 67 Knipoogjes

“Nederland is hier klaar voor”,

zegt Nathan Mooij in de nieuwste aflevering van NUVO Talk



Oculus
Vakblad voor de Optiekbranche

Annemarie Hagemeyer nieuwe directeur-bestuurder OVN

Per 1 januari 2025 neemt Annemarie Hagemeyer het stokje over van Ingrid Rep als directeur-bestuurder van de Optometristen Vereniging Nederland (OVN). Met haar ruime ervaring in de zorg, kwaliteitsmanagement en een sterk netwerk brengt Annemarie essentiële expertise om de positie van de optometrist in de oogzorg verder te versterken.

De komende jaren ligt de focus op het versneld ontwikkelen van het kwaliteitskader en het realiseren van vergoede zorg. Annemarie's ervaring bij het Kwaliteitsinstituut voor de Zorg (CBO) en het Nederlands Oogheelkundig Gezelschap (NOG), evenals haar betrokkenheid bij de OVN-kwaliteitsvisitatie en haar recente projecten voor de OVN, maken haar een sterke aanwinst.

Annemarie: "Ik kijk ernaar uit om samen met onze achterban, partners en het OVN-bureau te bouwen aan een toekomstbestendige beroepsgroep waarin de optometrist een onmisbare schakel is in hoogwaardige oogzorg."



Ingrid Rep draagt per 31 december 2024 haar taken over en blijft tot 1 maart betrokken voor een soepele overgang. Onder haar leiding zijn belangrijke stappen gezet, zoals de statutenwijziging, de uitbreiding van het OVN-bureau en de voorbereiding van het OVN-congres 2025.

Met de komst van Annemarie Hagemeyer kijkt de OVN vol vertrouwen naar de toekomst om verdere professionalisering en versterking van de optometristen in de oogzorg te realiseren.



HEAD en CHARMANT kondigen nieuwe samenwerking aan

CHARMANT heeft een exclusieve, wereldwijde licentieovereenkomst gesloten met het premium sportmerk HEAD voor de ontwikkeling en distributie van optische monturen en zonnebrillen. De samenwerking gaat in januari 2025 van start. De nieuwe overeenkomst weerspiegelt de gedeelde passie voor hoogwaardig design, innovatie en technologie die beide bedrijven drijft om uit te blinken. De eerste nieuwe producten zullen in het najaar van 2025 worden gelanceerd.

Optitrade Retailgroep is verhuisd

Optitrade is eind 2024 verhuisd naar een nieuwe en compacte locatie die beter past bij het hybride werken.

Nieuw adres:
Weg der Verenigde Naties 1
3527 KT Utrecht



Specsavers maakt klantenservice toegankelijker met Teletolk-dienst

Specsavers zet een belangrijke stap om haar dienstverlening beter toegankelijk te maken voor mensen met gehoor- en/of spraakbeperkingen. Specsavers breidt haar klantenservice namelijk uit met de innovatieve Tolkcontact Teletolk-dienst. Door de implementatie van Tolkcontact Teletolk, kunnen doven, slechthorenden en mensen met een spraakbeperking nu eenvoudig via gebarentaal of tekst met de klantenservice van Specsavers communiceren. Deze tool zorgt ervoor dat communicatie moeiteloos verloopt, zonder dat er extra kosten voor de klant aan verbonden zijn.

Tolkcontact Teletolk is een tool waarmee mensen met een gehoor- en/of spraakbeperking eenvoudig kunnen communiceren met de klantenservice van Specsavers. De tool is simpel te gebruiken door op de website van Specsavers op de Teletolk-knop te drukken. Mensen kunnen vervolgens kiezen of ze willen communiceren via Nederlandse gebarentaal of tekst.

“We zijn op deze manier nog beter bereikbaar voor doven en slechthorenden”, zegt Wilrik van ‘t Noordende, Professional Support Manager Audiology bij Specsavers. “Bij Specsavers hechten we veel waarde aan inclusie en participatie. Met deze service zorgen we ervoor dat iedereen, ongeacht gehoor- of spraakbeperkingen, volledig kan meedoen en gemakkelijk toegang heeft tot onze klantenservice.”

Het creatieve team van Ørgreen breidt uit

Martin Guentert (Duitsland), de nieuwe Head of Design en voormalig designleider bij Mykita, brengt meer dan zestien jaar ervaring mee. “Ik ben bij Ørgreen gekomen om het bedrijf toekomstbestendig te maken. Het is een geweldig bedrijf, en we blijven onze klanten de betrouwbare producten bieden waar ze van houden. Bovendien zullen we nog meer innovatie laten zien, onze expertise toepassen in nieuwe markten en nauwer in contact komen met onze eindgebruikers”, aldus Guentert.

Het ontwerpteam verwelkomt ook Carola Nomden (Italië), voorheen werkzaam bij Safilo en Prada, bekend om haar moderne, kosmopolitische esthetiek, met name in het ontwerp van zonnebrillen. Het team bestaat verder uit Sahra Lysell, Colour Specialist, en Tobias Thomas.





Transitions® GEN S™:

De nieuwe standaard in lichtintelligente brillenglazen

Lichtintelligente brillenglazen hebben een indrukwekkende transformatie doorgemaakt, en Transitions® GEN S™ is daar het perfecte bewijs van. Deze nieuwste generatie meekleurende brillenglazen combineert innovaties in technologie met een sterke focus op fashion en comfort. Gijs Maat, Head of Wholesale bij EssilorLuxottica, vertelt wat dit product zo bijzonder maakt en waarom het een gamechanger is voor de optiekbranche.





“De Transitions® GEN S™ brillenglazen passen zich dankzij de lichtintelligente technologie razendsnel en naadloos aan veranderende lichtomstandigheden aan. Binnen 25 seconden kleuren de glazen donker als je naar buiten gaat. Dit maakt het ideaal voor mensen die gevoelig zijn voor licht, zoals contactlensdragers of mensen die veel tijd achter schermen doorbrengen.”

Bij minder UV-licht wordt het glas weer helder. “Het unieke van deze technologie is de snelheid waarmee dit gebeurt. Binnen twee minuten zijn de glazen volledig terug naar hun heldere staat”, legt Gijs uit. “Daarnaast filtert Transitions® GEN S™ schadelijk blauw licht en 100% UV en bieden ze een ongekend hoog contrast, zonder hinderlijke reflecties.”

Fashion en functionaliteit

Waar lichtintelligente brillenglazen vroeger puur functioneel waren, maakt Transitions® GEN S™ het verschil met een uitgebreid kleurenpalet en een duidelijke focus op stijl. “We hebben hiermee het stigma op meekleurende glazen doorbroken”, zegt Gijs. “Dit zijn geen saaie, donkere glazen meer; het zijn fashionable accessoires. Met acht verschillende kleuren, waaronder de nieuwe tint Ruby, spelen we in op de laatste trends. Hierdoor trekken we een veel breder publiek aan. We zien daardoor een flinke stijging in interesse bij de jongere consument, wat voorheen natuurlijk niet het geval was.”

Persoonlijke stijl

De keuze voor zo’n breed kleurenpalet biedt ook veel mogelijkheden voor personalisatie. “Opticiens kunnen nu inspelen op de voorkeuren van hun klanten en hun een product aanbieden dat niet alleen functioneel is, maar ook bij hun persoonlijke stijl past”, voegt Gijs toe.

Ondersteuning

Om opticiens te ondersteunen in het verkoopproces, biedt EssilorLuxottica een uitgebreid pakket aan marketingmaterialen. Denk aan een stijlvolle demobox met alle kleuren, winkelmateriaal, brochures en social media ondersteuning. “Natuurlijk staan onze accountmanagers klaar om alles toe te lichten. We gaan voor een 360 graden-ondersteuning. Maar het belangrijkste is dat opticiens het gesprek aangaan met hun klanten”, benadrukt Gijs. “Als je erover praat, dan verkoop je het. Maak het onderdeel van je verkoopproces. Vertel over de voordelen van Transitions® GEN S™ en laat zien hoe de brillenglazen van invloed kunnen zijn op het dagelijks leven van je klant.”

Enthousiaste klanten

In mei 2024 is Transitions® GEN S™ geïntroduceerd in Frankrijk en Italië, daarna in september in Nederland. Inmiddels zijn er ruim 674 winkels in Nederland die de glazen verkopen. Transitions® GEN S™ brillenglazen zijn in alle sterktes te verkrijgen, met slechts enkele restricties in het geval van extreme sterktes. Daarnaast zijn de brillenglazen toepasbaar in het hele assortiment van EssilorLuxottica. De reacties van gebruikers zijn heel positief. “We zien een flinke groei, ruim 18%, in de afgelopen maanden. We zien dat als een klant eenmaal gewend is, ze niet meer teruggaan.”

Ambitie

De ambities voor lichtintelligente glazen reiken verder dan alleen mode en comfort. Wearables en smart eyewear zijn de volgende stap. “We zien dat de techwereld Transitions® GEN S™ ook als een kans beschouwt. Dit opent een wereld van mogelijkheden voor consumenten die technologie, comfort en stijl willen combineren.”

Met Transitions® GEN S™ glazen laat EssilorLuxottica zien dat stijl, comfort en innovatie hand in hand kunnen gaan. Dankzij de snelle lichtreactie, het uitgebreide kleurenpalet en de focus op mode en gebruikersgemak, biedt dit product een waardevolle aanvulling voor iedere optiekwinkel.



NUVO Talk seizoen 3 aflevering 1:

Bril van de toekomst

In de nieuwste aflevering van NUVO Talk duikt Norbert in de wereld van smartglasses. Hij gaat in gesprek met twee montuurexperts: Nathan Mooij, van ITSTHEORIGINAL, leverancier van de G1 van Even Realities en Maik van Hugte, Head of Sales bij EssilorLuxottica, het bedrijf achter de Ray-Ban Meta. Zijn deze high-tech brillen daadwerkelijk de toekomst van de optiek?



“Nederland
is hier gewoon
klaar voor”

NUVO
— — —
TALK



“De ontwikkeling gaat zo razendsnel, geen idee waar dit allemaal nog naartoe gaat”

“Het zijn twee totaal verschillende producten, we richten ons op andere doelgroepen”

Hoewel de Google Glass tien jaar geleden flopte, lijken de nieuwste generaties smartglasses een serieuze kans te maken om de bril van de toekomst te worden. De Ray-Ban Meta, ontwikkeld door EssilorLuxottica in samenwerking met Meta (Facebook), biedt functies zoals spraakgestuurde AI, videostreaming en social media-integratie. Daartegenover staat de G1 van Even Realities, een bril met een minimalistisch design en augmented reality functionaliteiten gericht op praktische toepassingen

zoals navigatie en live-vertalingen. Beide brillen hebben hun eigen unieke insteek. In deze aflevering van NUVO Talk delen Maik en Nathan hun inzichten en komen de verschillen tussen beide uitgebreid aan bod.

Of iedereen over vijf jaar met een slimme bril rondloopt, blijft de vraag. Maar één ding is zeker: smartglasses geven een geheel nieuwe dimensie aan wat een bril kan betekenen.



Beluister de podcast hier!



Door: Sandra Pos – van der Vliet



Beeks Oog & Oor

Innovatieve inrichting ademt rust en gastvrijheid

Begin december bezochten wij Beeks Oog & Oor op hun nieuwe locatie aan de Langestraat in 's-Gravenzande. In de gezellige, knusse winkelstraat valt het pand direct op door zijn grootte: een indrukwekkende 480 vierkante meter. Daarmee is het een verdubbeling van de oppervlakte van de vorige locatie. Toch voelt het bij binnenkomst allesbehalve overweldigend. Je wordt omarmd door de warme, huiselijke sfeer die direct rust uitstraalt. Deze nieuwe plek, waar Michael Beeks zijn droom werkelijkheid maakt, combineert stijl, gastvrijheid en innovatieve zorg.

Wat betekent het voor jou?

De social media trends van 2025

Het social medialandschap in 2025 is dynamischer dan ooit. Technologie versnelt, trends veranderen razendsnel, en consumenten verlangen naar echtheid en verbinding. Voor ondernemers biedt dit unieke kansen, maar ook uitdagingen. Hoe blijf je relevant in een tijd waarin algoritmes en authenticiteit de toon zetten? Ontdek in dit artikel hoe je social media effectief kunt inzetten om jouw winkel succesvol onder de aandacht te brengen door in te spelen op trends die direct toepasbaar zijn.



‘Consumenten zoeken echtheid en verhalen waarin ze zichzelf herkennen’



Grit Optiek:

Al 90 jaar volop in beweging

In hartje Utrecht, midden in een drukke winkelstraat, vinden we Grit Optiek. Afgelopen november 2024 vierde de familiezaak, waar alweer de vierde generatie aan het roer staat, haar 90-jarig jubileum. Een indrukwekkende mijlpaal voor een onderneming die de tand des tijds ruimschoots heeft doorstaan. Onder leiding van Madelon Grit, de huidige eigenaar, wordt het familieverhaal met trots voortgezet. We nemen je mee langs de rijke historie, waarin zowel traditie als innovatie centraal staan.

Start Brancheonderzoek Optiek 2025

Na vijf jaar is er weer een nieuw brancheonderzoek optiek van start gegaan. Het eerste overleg heeft afgelopen november plaatsgevonden. Dit grootschalig onderzoek brengt de ontwikkelingen van de afgelopen vijf jaar in de optiekbranche in kaart. Denk daarbij aan trends, veranderingen in de markt, klantgedrag en andere belangrijke factoren die invloed hebben gehad op onze sector.



Optiekbranche 2015 meten=weten.

In 2015 heeft de NUVO het initiatief genomen om de optiekbranche in kaart te brengen. Daarbij is voor het eerst een bijdrage gevraagd aan leveranciers van contactlenzen, monturen en brillenglazen. Voor 2015 kon namelijk voor optiekonderzoeken gebruik worden gemaakt van subsidies via de hoofdbedrijfschappen HBA en HBD. Na het opheffen van de bedrijfschappen heeft NUVO het optiekonderzoek grotendeels bekostigd uit de lidmaatschapsgelden, aangevuld met bijdragen van de leveranciers. In 2015 werd het onderzoek uitgevoerd door GfK voor het bedrijvengedeelte en Q&A voor het consumentengedeelte.

Optiekbranche 2020:

Markt en consumentengedrag in kaart

In 2020 is dit onderzoek herhaald. De wereld was veranderd. Online werd steeds belangrijker en er zijn nieuwe spelers op de markt gekomen. Ook voor dat onderzoek werd de samenwerking gezocht met optiekleveranciers om bij te dragen aan het onderzoek. In totaal deden leveranciers en samenwerkingsverbanden van leveranciers mee. Het onderzoek werd opnieuw uitgevoerd door GfK en Q&A. De gegevens werden verzameld in 2019 en begin 2020. De impact van corona werd dus niet meegenomen in dat onderzoek.

En nu is het hoog tijd voor een nieuw rapport. Het onderzoek wordt zorgvuldig opgezet, met een combinatie van gegevensverzameling, analyses en overlegmomenten. Q&A zal wederom het consumentenonderzoek voor zijn



rekening nemen en GfK doet het ondernemersonderzoek. Vanuit de optiekbranche zijn daarnaast de volgende partijen betrokken: De Nederlandse Associatie van Contactlenzen (NAC), de Nederlandse Associatie van Montuurleveranciers (NAM) en de Nederlandse Associatie van Brillenglazen (NAB).

Het is een belangrijk proces waarin samenwerking en kennisdeling centraal staan. Door samen te werken en inzichten te delen, kunnen we niet alleen terugkijken op wat er in vijf jaar is gebeurd, maar ook vooruitkijken naar nieuwe kansen en uitdagingen binnen onze branche.

Jouw deelname maakt het verschil

Begin 2025 starten de enquêtes en daarbij vragen we ook om jouw inzichten te delen. Het invullen van een enquête kost ongeveer vijftien minuten van je tijd. Hoe meer reacties we ontvangen, hoe waardevoller het rapport wordt voor ons allemaal. Houd onze communicatie goed in de gaten en doe mee!

NUVO-leden ontvangen het rapport van dit onderzoek gratis.



Niels van Steijn, Head of Market Intelligence bij NielsenIQ & GfK

Welke rol speelt de samenwerking tussen leveranciers en onderzoekers zoals Q&A en GfK bij het verkrijgen van waardevolle inzichten voor de branche?

“Om tot waardevolle inzichten te komen is samenwerking in vooral de beginfase van het onderzoek altijd heel belangrijk. Naast het (opnieuw) vaststellen van het doel van dit onderzoek, worden in deze fase de wensen van alle belanghebbenden goed in kaart gebracht. Door het gezamenlijk signaleren van bepaalde ontwikkelingen in de markt, wordt vooraf bepaald of de vragenlijsten moeten worden aangepast of aangevuld ten opzichte van eerdere onderzoeken. Pas nadat iedereen zich heeft gecommitteerd aan het onderzoek kan er worden gestart met het ‘uitzetten van de vragenlijsten’.”

De resultaten die volgen uit de vragenlijsten vormen vervolgens de inzichten die worden gebundeld in het Brancheonderzoek Optiek 2025.

Welke trends en ontwikkelingen verwacht je dat dit onderzoek naar voren zal brengen, en waarom zijn die belangrijk voor leveranciers en ondernemers?

“Het Brancheonderzoek Optiek wordt iedere vijf jaar uitgevoerd. Het laatste onderzoek dateert uit 2020.

Interessant om te zien is of en hoe bijvoorbeeld de coronapandemie van invloed is geweest op de markt. En welke invloed prijsstijgingen op de markt hebben gehad, mede als gevolg van het Rusland–Oekraïne conflict. Welke bewegingen en veranderingen op de arbeidsmarkt binnen optiek zijn hiervan het resultaat? Daarnaast worden ook actuele optiekonderwerpen zoals myopiemanagement meegenomen in het onderzoek.”

Naast bovenstaande (macro-) economische effecten kijken we vanzelfsprekend ook weer naar het aantal optiekbedrijven en de omzetontwikkeling daarvan in Nederland. Welke trends zien we daar en hoe verhoudt het optiekgrootwinkelbedrijf zich anno 2025 tot het aantal zelfstandigen? Allemaal vragen en antwoorden die aan bod zullen komen in dit nieuwe Brancheonderzoek Optiek 2025.

Hoe kunnen ondernemers in de optiekbranche volgens jou het beste gebruikmaken van de inzichten uit dit onderzoek om hun bedrijfsvoering te optimaliseren?

“Ondernemers kunnen de eigen bedrijfsvoering spiegelen aan de uitkomsten van het onderzoek en op die manier de richting van de te varen koers aanpassen en optimaliseren. Meten is weten!”



Nieuwe NUVO Academie-docent:



Nico van de Leur

Met de komst van Nico van de Leur als nieuwe docent bij de NUVO Academie krijgen de vertrouwde trainingen Bril afpassen en Optiek voor verkoopmedewerkers een nieuw gezicht. Nico staat te popelen om zijn enthousiasme en uitgebreide kennis over te brengen aan alle cursisten. Tijd om kennis te maken.

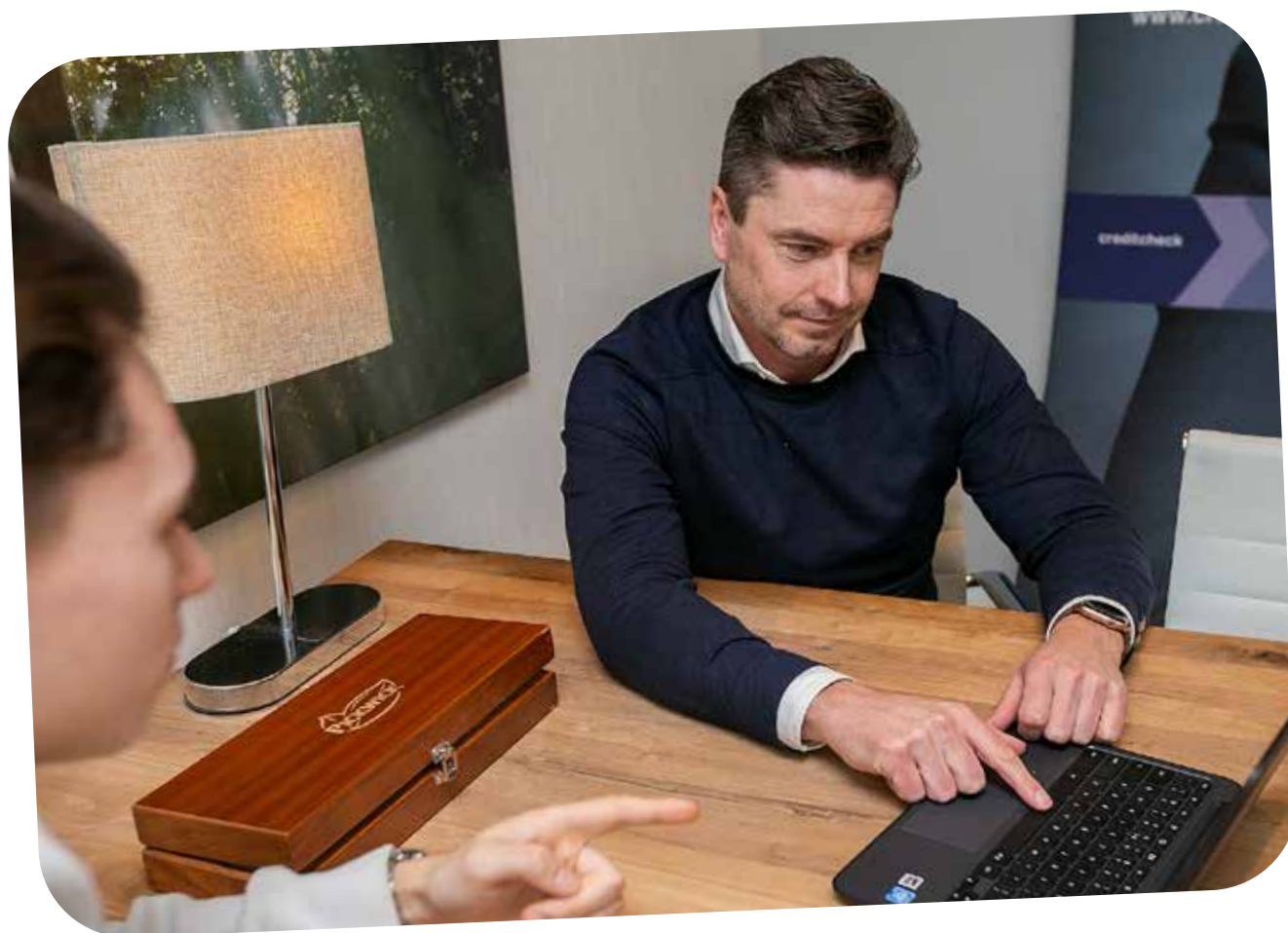
“Een goed afgestelde bril maakt het verschil tussen een tevreden klant en een bril die in de kast belandt.”



Inzicht

in ledenvragen

In deze rubriek duikt Chantal in de veelgestelde vragen die we ontvangen van onze leden, en voorziet ze van heldere en praktische antwoorden. Deze keer vertelt Chantal je meer over wat je mogelijkheden zijn als een klant zijn bril niet betaalt.



UNIEKE JOB BIJ JORG RIJNDERS OPTIEK in Valkenswaard



Mijn naam is Hedi en ik werk alweer 8 jaar als allround opticien bij de fijnste werkgever die je maar kunt bedenken.

Door mijn hobby ga ik een andere opleiding volgen die ik helaas niet meer kan combineren met deze baan. Hierdoor komt mijn leuke en flexibele werkplek vrij!

We zijn een klein gezellig team van 6 personen en bij ons is alles bespreekbaar. Het woordje "nee" kennen we hier niet.

Jorg Rijnders Optiek bestaat al meer dan 100 jaar en we hebben een grote, fijne vaste klantenkring die veel waarde hecht aan persoonlijk en goed advies. Ook ik heb deze band met mijn klanten en ik wil ze dan ook graag toevertrouwen aan een echte vakman / vakvrouw, die ze dat advies kan geven. Ben jij dat?



Kort gezegd: Jorg zoekt dus een nieuwe Hedi! Ben jij die opticien (of aankomend opticien)? Heb je plezier in je vak en werk je graag zelfstandig? Twijfel dan niet en neem contact op met mij of Jorg voor meer informatie!

E-mail: Optiek@rijnders.nl **Tel:** 040-2046050

ALGEMENE VOORWAARDEN RUBRIEK KNIPOOGJES

NUVO-leden profiteren van een voordelig tarief.

Niet-leden kunnen contact opnemen met sjaak@cross.nl voor een advies op maat.

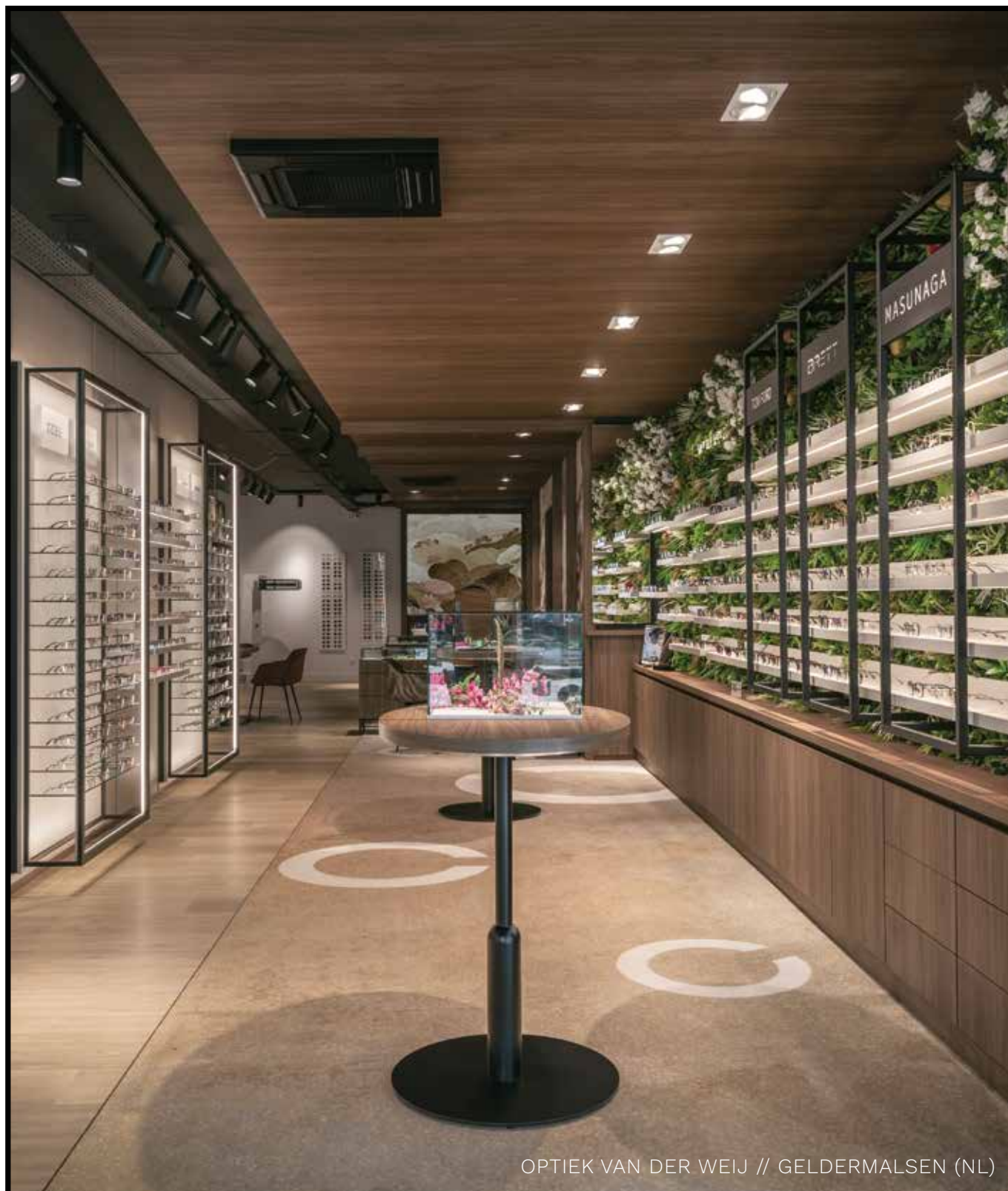
SUCCESSFUL

DUTCH RETAIL DESIGN

RETAIL CONCEPT STRATEGY // STORE DESIGN // PROJECT MANAGEMENT // PRODUCTION

**WSB
DESIGN
.COM**

RETAIL OFFICE LIVING



OPTIEK VAN DER WEIJ // GELDERMALSEN (NL)

SCHERPENZEEL (NL)
+ 31 33 277 17 14

TRIER // MÜNCHEN // BERLIN (DE)
+ 49 1609 2589 540

PARIS (FR)
+ 33 624 52 81 01

WSBDESIGN.COM