

“Apostamos por la singularidad, la personalización y la estética del producto, siempre con la mayor precisión en la lente”

FRAN PLAZA SE INCORPORABA COMO COUNTRY MANAGER PARA ESPAÑA Y PORTUGAL DE SEIKO EN MAYO DE 2024. TRAS LOS PRIMEROS MESES EN EL CARGO, COMENTA ESTAR “MEJORANDO PROCESOS, CONSTRUYENDO UN EQUIPO SÓLIDO Y COMPROMETIDO Y ASENTANDO NUESTRA PROPUESTA DE VALOR”.

SEIKO
PRECISION FOR VISION



A finales de mayo de este año, Seiko Optical Iberia anunciaba la incorporación de **Fran Plaza** como *nuevo country manager para España y Portugal*. Licenciado en Ciencias biológicas por la Universidad de Extremadura, Plaza cuenta con una destacada trayectoria académica y profesional, incluyendo un posgrado en Marketing por la Universidad Europea (UE) y un Máster en Dirección Comercial y Gestión de Equipos de Venta por EAE Business School. Asimismo, cuenta con formación en estrategia en Oxford y diversas formaciones en Liderazgo, Coaching y Negociación.

Además, el director general entrante de la filial ibérica de la compañía aportaba al cargo una remarcable experiencia en el sector óptico, cosechada durante los 24 años que ha trabajado en Coopervision desempeñando diversos roles, entre ellos, director comercial y grandes cuentas para la Península Ibérica en su última etapa en la empresa especializada en la fabricación de lentes de contacto blandas.

Su amplia experiencia y conocimiento del mercado óptico lo posicionaban como un líder excelente para dirigir SEIKO Optical Iberia hacia un futuro prometedor. *“Estoy entusiasmado por unirme a SEIKO Optical Iberia y liderar un equipo talentoso en una compañía reconocida por su calidad e innovación en el sector óptico”,* declaraba en el momento de su nombramiento, cuya incorporación buscaba fortalecer la presencia de SEIKO Optical Iberia en la región y optimizar las estrategias de ventas y servicio al cliente.

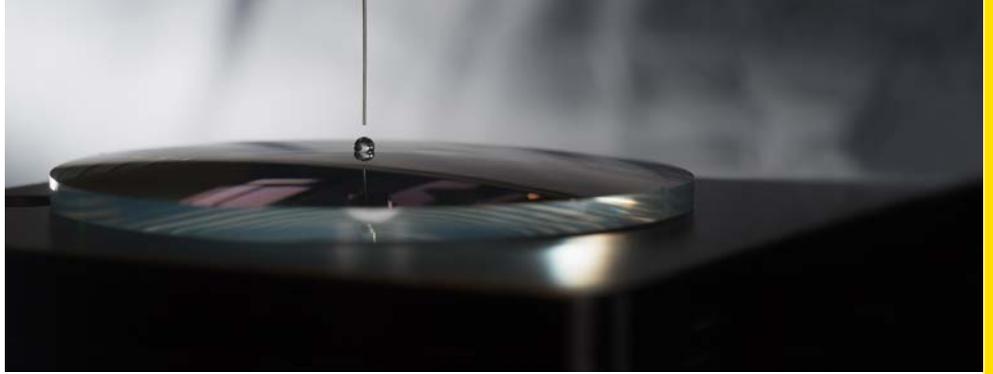
Los primeros meses de Fran Plaza como director general

Transcurridos los primeros meses como country manager de SEIKO en nuestro país, el directivo hace balance sobre cómo ha sido su estreno en la organización. En sus palabras, *“está siendo un periodo apasionante, en el que analizar el mercado es nuestro foco principal”.* Con ese propósito, asegura Plaza, *“estamos escuchando a clientes y potenciales clientes para mejorar y construir nuestra marca y proyecto a partir de su visión, estrechamente ligada a la nuestra”.*

En este sentido, el nuevo director general de SEIKO para España y Portugal avanza cuáles son los objetivos que se marcan para Iberia. ¿Hacia dónde va la empresa en los próximos cinco años? Plaza se moja al respecto. A corto plazo, esgrime, *“estamos mejorando procesos, construyendo un equipo sólido y comprometido, y asentando nuestra propuesta de valor”.* Más allá de eso, a medio plazo, *“queremos compartirla con nuestros clientes para adaptarla y mejorarla, entendiendo la particularidad de cada partner”,* comenta también. Desde su percepción, *“SEIKO, en los próximos cinco años, será un laboratorio y una marca de referencia para independientes, con los mayores estándares de calidad, innovación y prestigio”.*

En cuanto al portfolio de SEIKO, al ser preguntado por cuáles son sus productos más demandados, Fran Plaza asegura que *“es difícil elegir un producto o productos”.* Según el directivo, *“en el poco tiempo que llevo en la empresa, me he dado cuenta de que todos los productos son de una alta y singular calidad”.* *“Tenemos productos para todos los usuarios, independientemente de su graduación, estilo de vida o gafa que seleccione”,* agrega.

Aunque se puede destacar el reciente lanzamiento de SEIKO Resistant Clear (SRC), un paso importante en su trayectoria innovadora. Esta gama de cinco soluciones específicas, cada una diseñada para abordar los desafíos visuales únicos de diferentes estilos de vida, representa un salto cualitativo en la industria, ofreciendo una experiencia vi-



sual sin precedentes a los usuarios, con un enfoque en la claridad, protección y comodidad en un mundo cada vez más digitalizado. Para el experto, esta nueva incorporación al catálogo de la empresa *“significa subir los estándares de calidad y reinventarnos”.* *“Tradicionalmente, los tratamientos son un producto percibido como algo valioso e importante por su calidad visual, sobre todo, para aquellos que ya los han probado. Partiendo de la experiencia del usuario, hemos mejorado la calidad de nuestros tratamientos y hemos lanzado, además, SRC-Ultra, el tratamiento con mayor transmitancia y menor reflexión, ideal para nuestros clientes más exigentes que buscan también la mayor estética”,* explica.

La innovación en el ADN de SEIKO

No en vano, sin duda, SEIKO es conocida por su innovación. En relación hacia dónde se dirigen las nuevas innovaciones y productos que están desarrollando, el country manager de la empresa asegura que *“invierte mucho en I+D, está en nuestros genes y en nuestra cultura”.* Así, prosigue, *“recuerdo a SEIKO en cabeza de patentes, 158”.* *“Queremos seguir manteniéndonos en este top, y, a partir de esta posición, seguir innovando. Nuestra tendencia en SEIKO es la singularidad, la personalización y a la estética del producto, siempre con la base de tener la mayor precisión en la lente”,* recalca.

Por esa razón, una de las máximas que priman en SEIKO Vision es adaptarse a las cambiantes demandas del mercado y a las nuevas tendencias en la óptica. *“Creo que, para nosotros, el hecho de trabajar solo con independientes, con un criterio y una alta reputación, es una fortaleza”,* sostiene Plaza al comentar cómo lo consiguen. En su opinión, *“al ser un grupo selecto, nuestra posibilidad de movilidad es rápida y eficaz, prestando un servicio rápido y con una reacción precisa e inmediata”.* *“Esto nos permite diferenciarnos en el sector, así como mantenernos a la vanguardia”,* apostilla.

Por otro lado, en relación a los principales desafíos a los que se enfrentan y cómo planean superarlos, Plaza tiene claro que el gran reto es que *“el mercado actual tiende a la concentración de empresas, como ha sucedido en otros países. Integraciones horizontales y verticales”.* Con lo cual, *“el desafío para el óptico independiente es mantener su autenticidad y seguir siendo un negocio rentable; y nosotros, SEIKO, queremos estar a su lado”.*

Así es precisamente la manera en la que mantiene SEIKO Vision una relación sólida y de confianza con sus clientes y distribuidores. Como ha comentado anteriormente el portavoz de la empresa, el foco está en un número limitado de clientes. *“Nuestro objetivo principal es mantener nuestra relación con ellos, ofreciéndoles no sólo servicios de calidad, sino también tiempo de calidad; queremos construir nuestra propuesta de valor, marca, rentabilidad, calidad de producto, exclusividad, de forma conjunta”.* Tienen claro que cada independiente tiene su estatus y singularidad, y por eso, *“nuestro cometido es ofrecerles una propuesta totalmente personalizada y exclusiva con cada uno de ellos”.* *“Con esta cercanía, flexibilidad y dedicación se construye nuestra confianza”,* agrega.

Por último, Plaza analiza las tendencias actuales de la industria óptica que considera más relevantes. A su juicio, engloban las que están llegando en maquinarias que dan soporte y valor a la venta más personalizada. SEIKO, por su parte, se está adaptando apoyado en la inteligencia artificial. Partiendo de esta base, concluye, *“en los próximos meses lanzaremos nuestro centrador SEIKO Vision Xperience, con una aportación de múltiples novedades y diferenciaciones que sorprenderá a los profesionales de la visión”.* ■