

Prevzemi vse, kar danes tvoje oči vidijo.



Seeing beyond



ZEISS SmartLife stekla

Najboljša ponudba stekel ZEISS. Inovativen, sodoben izdelek, ki zadovolji vizualne potrebe današnjih potrošnikov, ne glede na njihovo starost.

www.zeiss.com/vision



Živimo v digitalnem svetu. Povezan je po novem normalno.

Je ta življenjski stil blagoslov ali prekletstvo? Kakšen vpliv ima na našo vizijo?

Ljudje brskajo, klikajo, približujejo in premikajo ... kadar koli hočejo, kjer koli že so. Mi lahko naredimo veliko več kot kdaj koli prej - tako v spletu kot tudi brez povezave.

Ker so digitalne naprave sestavni del našega življenja, imamo dostop do več ljudi, informacij in stvari. Sposobnost povezovanja s svetom je znotraj naših dlani. To je po novem normalno.

Nenehno biti povezan je blagoslov na toliko načinov, pomeni pa tudi, da se le redko izklopimo - ne svojih naprav, niti naših misli, uma. Enako velja za naše oči.

Kot odgovor na ustrezne in široko povpraševanje raziskav potrošnikov sodobnega vizualnega vedenja, je ZEISS je razvil novo linijo stekel, s pomočjo katere so vsi uporabniki očal v koraku s časom.

Prva taka linija stekel ZEISS SmartLife je celovito celodnevno steklo, ki ponuja vsakodnevne vizualne potrebe sodobnih potrošnikov v njihovem življenju.

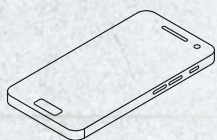
Ta linija stekel, ki vsebuje novo vznemirljivo tehnologijo, je bila skrbno razvita za poenostavitev načina nege oči, katero strokovnjaki za vsakega pacienta izberejo in prodajo.

Zdaj lahko poleg popolne zaščite pred UV žarki (standardno v prozornih steklih ZEISS) svojim pacientom posebej ponudite izdelek.



1. Delimo povezan in življenski stil v gibanju.

Digitalni slog življenja raste, s tem se povečuje povezanost ne glede na starost.



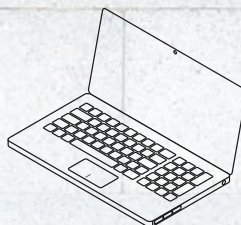
Več kot 1/2

svetovnega prebivalstva uporablja prenosni telefon.¹



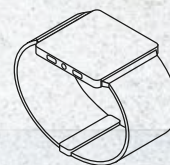
57%

svetovnega prebivalstva je povezano z internetom.²



+1 Million

novih internet uporabnikov na dan.²



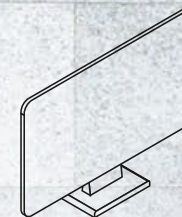
48% YoY

rast pametne ure pošiljke v Q1 2019.



55+

je starostna skupina trenutno največje stopnje rasti pametnih telefonov.¹



over 1/3

ima dostop do priključka televizije.¹





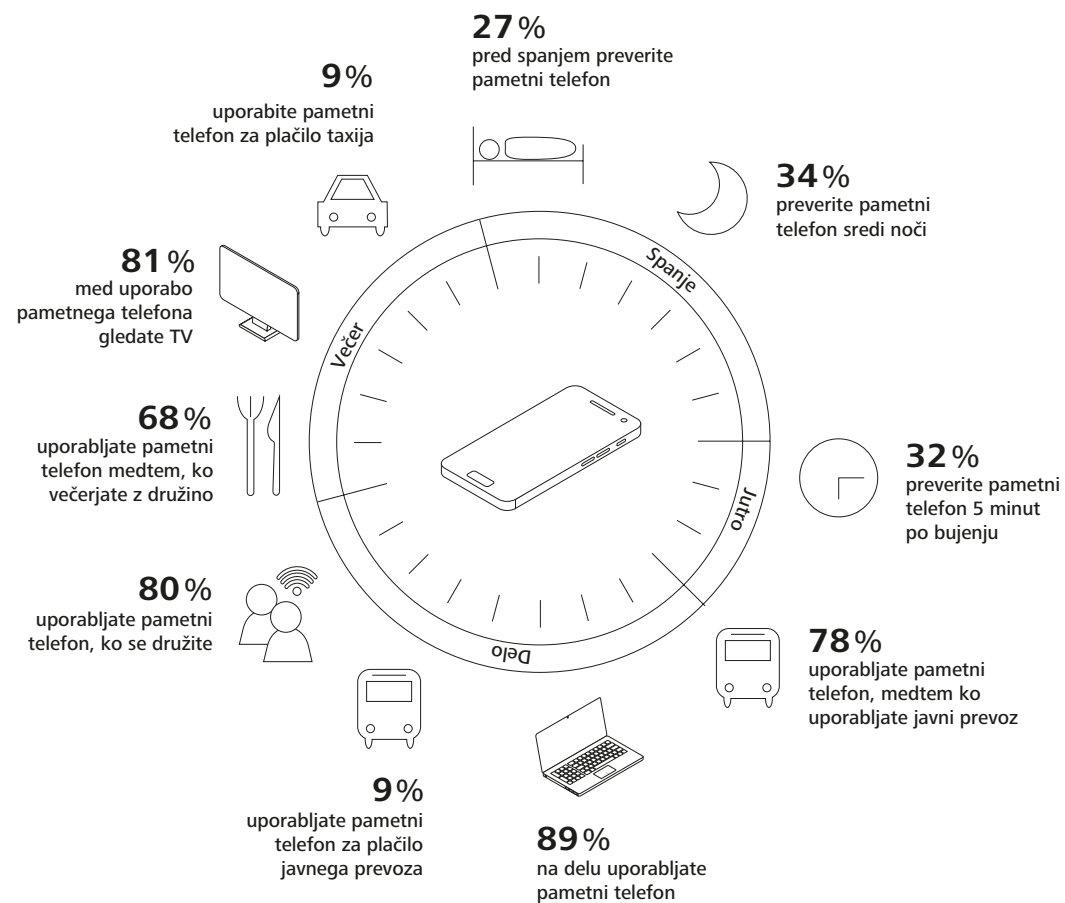
Pametni telefoni povečujejo našo mobilnost in prilagodljivost.

Od leta 2014 se je povprečni čas, ki ga na dan porabimo za mobilne telefone, povečal za 49% - trenutno je 3 ure in 14 minut. V nasprotju s tem se je povprečni čas, porabljen za prenosnike in tablične računalnike zmanjšal od leta 2014 za 24%.

Mobilne naprave nam omogočajo druženje, nakupovanje in delo kadarkoli in od kjer koli. Ne obtičimo več v poslovnih stavbah in trgovskih centrih, ampak smo stalno v gibanju - z uporabo naših digitalnih naprav na vsakem koraku.

Ste vedeli:

„Multitasking“ je tako razširjen, da raziskovalci sedaj preučujejo „moteno hojo“ in njeno povezavo nesreč pri pešcih.

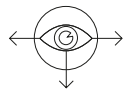


Biti povezani in dostopni je
po novem normalno.

**Kako to vpliva na vid
vaših pacientov?**







2. Biti povezan in v gibanju vpliva na naše vizualno vedenje.

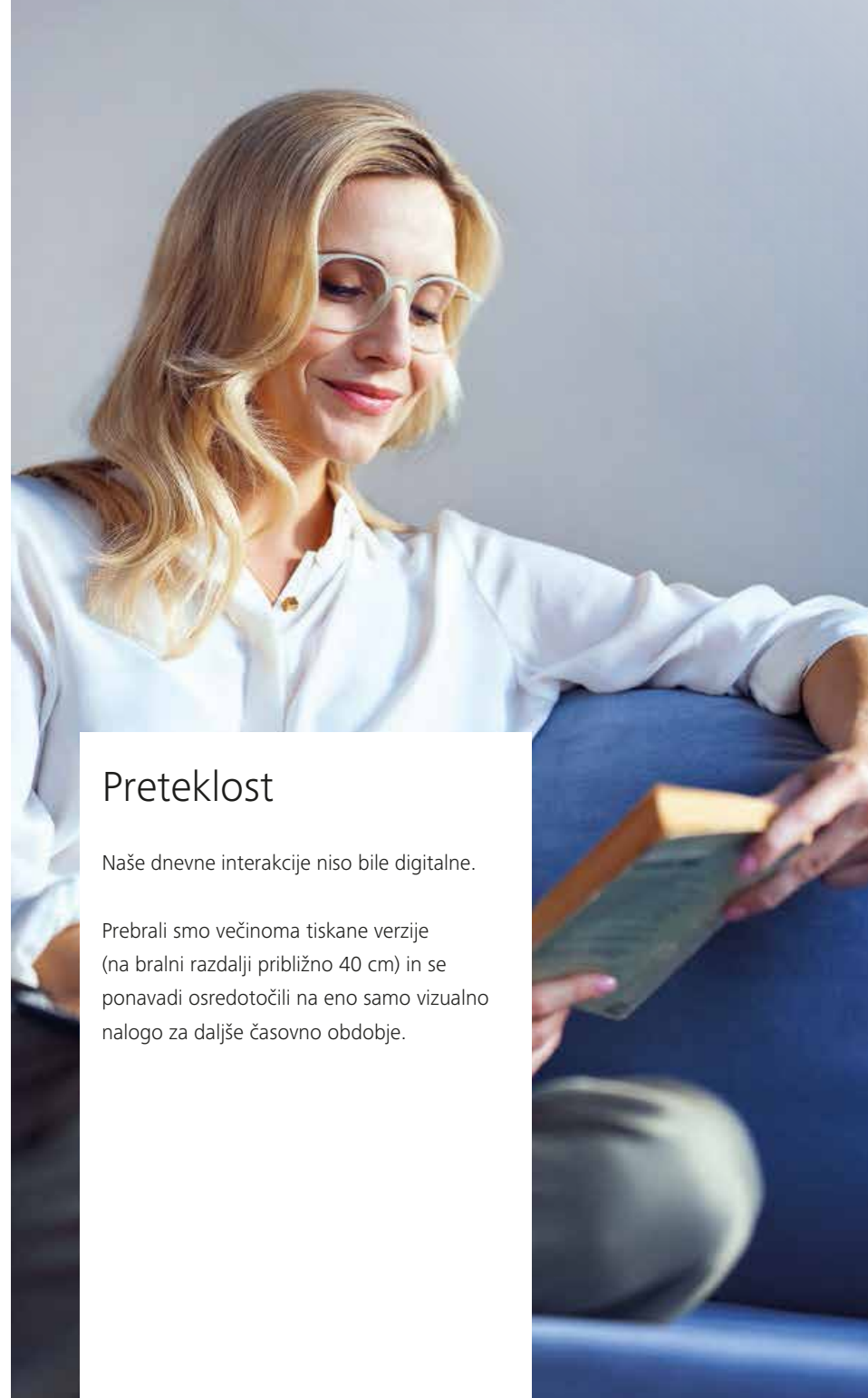
Naše oči niso bile nikoli bolj obremenjene.

Vizualno vedenje in vizualne navade določa življenjski stil.

V današnjem svetu, ki se hitro vrti, se je pokazala druga slika, ki žonglira po naši resničnosti v spletu in brez spleta. Strmimo v svoje zaslone pametnih telefonov, prenosnikov ali namiznih računalnikov, hkrati pa se moramo zavedati sveta okoli nas.

Ta interakcija z digitalnimi napravami je v primerjavi s samo desetletjem ali dvema spremenila način uporabe naših oči.

Kljub tej vizualni „multitasking“ potrebujemo oster, jasen in udoben vid za vse, s katerimi se oči vsak dan srečujejo.



Preteklost

Naše dnevne interakcije niso bile digitalne.

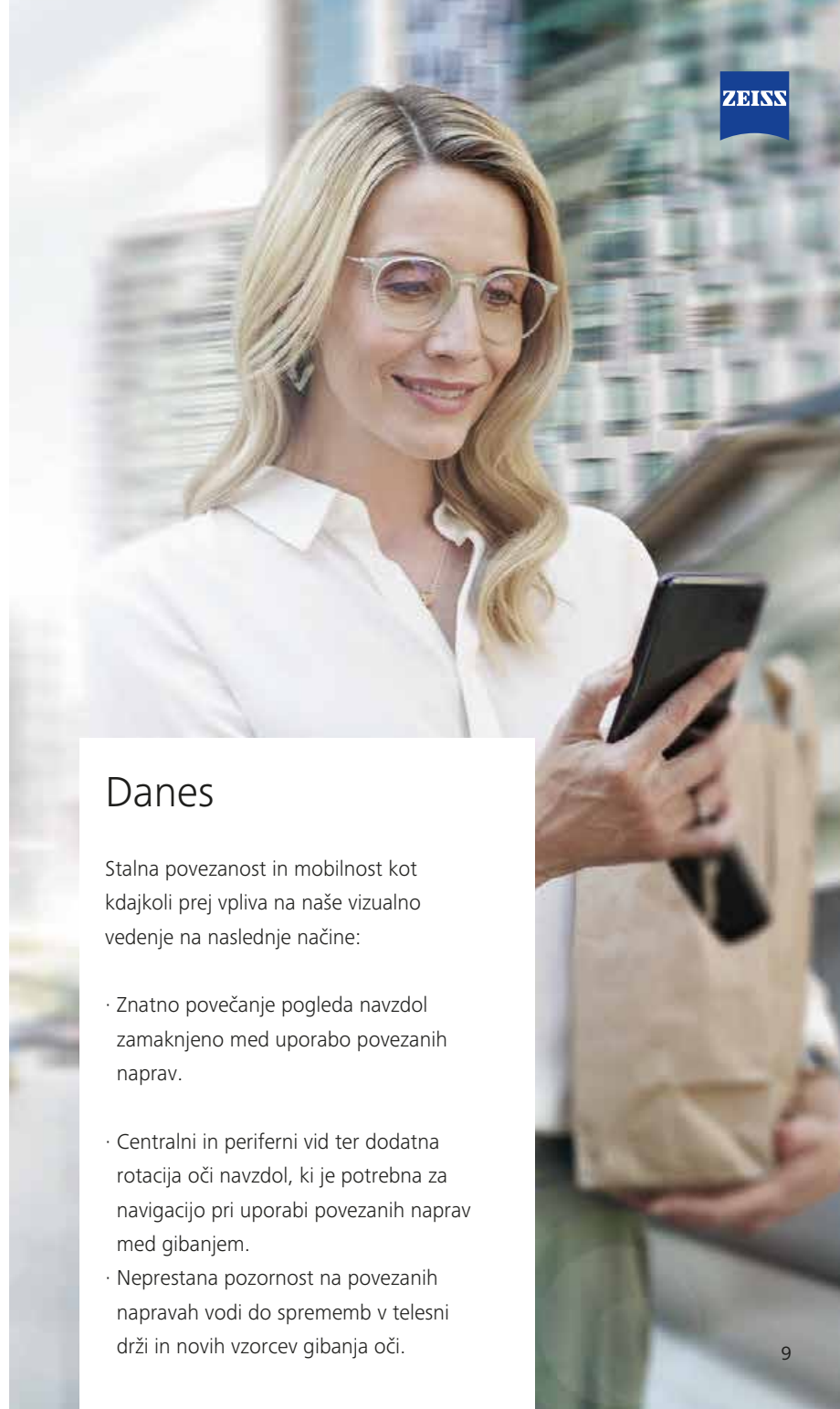
Prebrali smo večinoma tiskane verzije (na bralni razdalji približno 40 cm) in se ponavadi osredotočili na eno samo vizualno nalogo za daljše časovno obdobje.



Nedavna preteklost

Povezane naprave so postale del našega vsakdanjega življenja. To je pomenilo:

- Več informacij na manjših in višjih resolucijah zaslonov.³
- Bližnja razdalja branja na digitalnih napravah.



Danes

Stalna povezanost in mobilnost kot kdajkoli prej vpliva na naše vizualno vedenje na naslednje načine:

- Znatno povečanje pogleda navzdol zamaknjeno med uporabo povezanih naprav.
- Centralni in periferni vid ter dodatna rotacija oči navzdol, ki je potrebna za navigacijo pri uporabi povezanih naprav med gibanjem.
- Neprestana pozornost na povezanih napravah vodi do sprememb v telesni drži in novih vzorcev gibanja oči.





Naš sodoben, povezan življenjski stil ima vpliv na vizualno vedenje vseh ljudi.

S starostjo se naše oči spreminjajo.



3. Naše vizualne potrebe se razvijajo z našim staranjem.

Anatomske in fiziološke spremembe naših oči lahko ščasoma privedejo do različnih vizualnih izzivov.

Ne glede na to, kako mladi ali stari smo, se moramo spoprijeti z vizualnim naporom, ki je postal del našega sodobnega življenjskega stila. Poleg tega se s starostjo spreminjajo tudi naše vizualne potrebe. To lahko pripišemo dvema ključnima dejavnikoma:

- Zmanjšanje amplitude nastanitve.
- Zmanjšanje premera zenice.

“Zame jasna in pomembna vizija za blizu in za daleč, včasih občutim obremenitev oči.”



Starost

20

25

30

Oči

Akomodativni prostor se zmanjšuje in velikost zenice se zmanjšuje

"Poleg jasnega vida potrebujem sprostitev oči. Oči so ponavadi utrujene, še posebej ob koncu dolgega dne."

"Od vstopa v moja 40 leta, sem začela doživljati nelagodje v vidu in potrebujem nekaj podpore, da se osredotočim na bližnje predmete ."

"Že nekaj let potrebujem dodatno pomoč za bližino in vmesni vid. Poleg tega je prilagajanje novim steklom lahko velik izziv."



35

40

45

50

55

Okulomotorni akomodativni stres

Presbiopija & zenica miosis

Visual needs and challenges

Reševanje vizualnih potreb – danes nosimo očala.

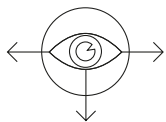
ZEISS je te 3 skupine potrošnikov prenesel v linijo stekel, ki ponuja rešitve stekel za potrošnike vseh starostnih skupin.

“Moja stekla ZEISS SmartLife omogočajo oster, jasen in udoben vid, ne glede na to, s čim se danes soočajo moje oči.”



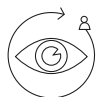
1 Povezani življenjski stil

Smo del digitalne skupnosti, ki ima povezan življenjski stil. V gibanju.



2 Dinamično vizualno vedenje

Ta življenjski stil vpliva na naše vizualno vedenje, ne glede na starost.



3 Vizualne potrebe povezane z starostjo

Z staranjem se spreminjajo naše vizualne potrebe.



ZEISS SmartLife stekla Linija:

ZEISS SmartLife Enožariščna Vision Stekla

"Zdaj imam jasen in udoben vid in obremenitev oči je preteklost – tudi po dolgem delu na monitorjih."

"Vidim ostro, jasno in udobno, tako od blizu kot na daleč."

"Mehek, jasen in udoben vid tako od blizu kot na daleč in povsod vmes. Bil sem prijetno presenečen nad tem, kako hitro so se moje oči prilagodile na nova stekla ZEISS SmartLife ."



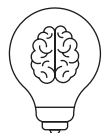
ZEISS SmartLife Digital Stekla

ZEISS SmartLife Progressivna Stekla



Podrobnejši pregled stekel ZEISS SmartLife.

Stekla so razvita za vas in vaše paciente:



- 1 Pametno**
- > Reševanje ustreznih potreb potrošnikov in širok ciljni trg.
-



- 2 Superior**
- > Vključuje novo inovativno tehnologijo in optično znanje.
-



- 3 Preprosto**
- > Prihranite čas in trud z enostavno izbiro in prodajo stekel.



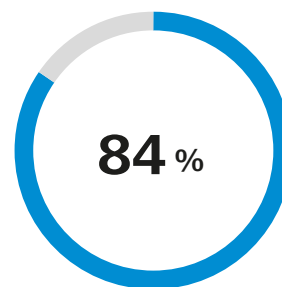
Pametna izbira.

Ena linija stekel z ustreznimi potrebami stekel.

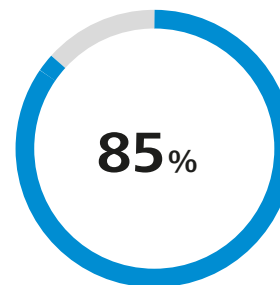
ZEISS-ovo poglobljeno razumevanje vizualnega vedenja in vizualnih navad je vključeno v oblikovalsko filozofijo vsakega stekla ZEISS SmartLife z nadaljnjo optimizacijo glede na vizualne potrebe, povezane s starostjo. To je bilo prevedeno v 3 osnovne zasnove: ZEISS SmartLife Enožariščna Vision Stekla, ZEISS SmartLife Digitana Stekla in ZEISS SmartLife Progresivna Stekla.

Rezultat je celotna linija z veliko potencialne koristi za vaše podjetje:

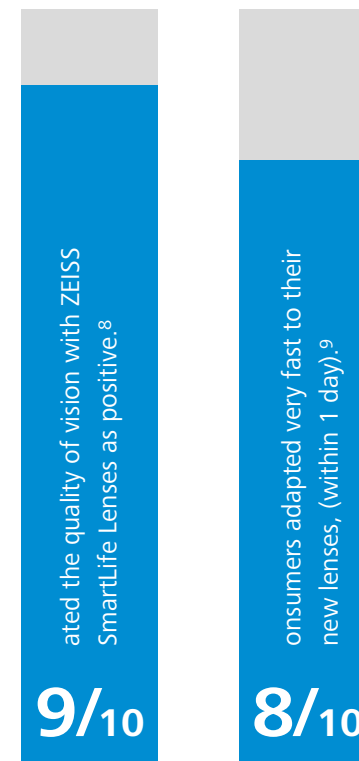
- Velik ciljni trg: en linija, ki bo služila širokemu krogu potrošnikov (20 let in več), ki bodo zdaj in v prihodnjih letih zadovoljevali njihove vizualne potrebe.
- Priložnosti za prodajo: znotraj vsake kategorije stekel obstaja možnost nadaljnje prodaje bolj sofisticiranih modelov stekel.
- Srečni kupci: Obsežen preizkus sprejema potrošnikov z 182 udeleženci, ki ga je izvedla šola za optometrijo Aston University v Veliki Britaniji, je pokazal visoko stopnjo zadovoljstva strank.



Preverjeno celodnevno vizualno udobje, da uravnotežijo svoje in vklapljeni življenjski stil.⁷



Preverjeno enostavnost gledanja v vseh smereh.⁷





ZEISS SmartView Tehnologija.

Vrhunska znanost, ki stoji za ZEISS SmartLife stekli, je zgrajena na izjemnem znanju ZEISS-a kot optična elektrarna.

Temelj nove linije stekel ZEISS SmartLife - ZEISS SmartView Tehnologija - temelji na vpogledu potrošnikov in znanstvenih raziskavah sodobnega vizualnega vedenja in potreb po videnju, povezanih s starostjo.

Zasnovana je na edinstvenem kombiniranju strokovnega znanja iz oftalmologije in znanja na različnih področjih optike. Je razvoj obstoječe tehnologije ZEISS Precision, ki je zdaj na voljo za celotno linijo.

Štirje temeljni vidiki ZEISS SmartView Tehnologije:



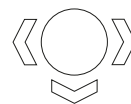
1 Jasna optika

Omogoča natančnost v vsakem koraku postopka: od naprednega modela oči in izračuna oblikovanja do proizvodnje in izdelave brezplačnih oblik.



2 Tanka optika

ZEISS stekla Estetika z najboljšim ravnovesjem med optiko in tankimi, lahkimi steklin.



NOVO

3 Pametna dinamična optika

ZEISS uporablja najsodobnejše 3D-prostorski modele in oblikuje prstne odtise, prilagojene današnjim dinamičnim vizualnim obnašanjem.



NOVO

4 Starostna inteligenca

Zagovarja, da je razvoj vida potreben na vsaki stopnji življenja uporabnika stekel.



1. Jasna optika

ZEISS obljublja natančnost skozi celoten postopek oblikovanja in izdelave.

To dosežemo z:

- Visoka natančnost v naprednem sistemu stekla-oči.
- Visoka natančnost z izračunom stekel točka-za-točko.
- Visoka natančnost in vrhunska tehnologija v proizvodnji freeform.



2. Tanka optika

ZEISS estetska stekla so najboljše ravnovesje med optiko in tankimi lahкими stekli.

Zaradi optimizacije debeline ZEISS, tanka in lahka stekla temeljijo na:

- Optima – možnost zmanjšanja debeline ZEISS.
- Fleksibilna prilagoditev bazne krivine – za nadaljno estetsko optimizacijo stekel
- Stanjšana prizma – za digitalna in progresivna stekla se uporabi stanjšana prizma, na podlagi vseh podatkov naročila.





3. Pametna dinamična oblika

NOVO

Najnovejša optimatizacija oblike s strani ZEISS-a.

Pametna dinamična optika temelji na simulaciji binokularnega vida med dinamičnim vidnim vedenjem, ki je povezan z življenjskim stilom in v gibanju(vpliva na vsakogar, ne glede na starost).



Če povzamemo, to pomeni:

- Prefsinjen 3D-prostorski model, ki je zdaj vključen v naslednjo generacijo ZEISS SmartLife Enožariščnih Vision stekel.
- Novi oblikovalni prstni odtisi za digitalna in progresivna stekla ZEISS SmartLife.
- 3D -prostorski model prostora in novi oblikovani prstni odtisi upoštevajo dinamično vizualno vedenje od blizu in na daleč, kar vodi v gladek prehod v steklu z manj zaznano zamegljenost. To omogoča udoben vid in enostavno gledanje v vseh razdaljah in smereh.⁴

**Več podrobnosti
na naslednji strani**



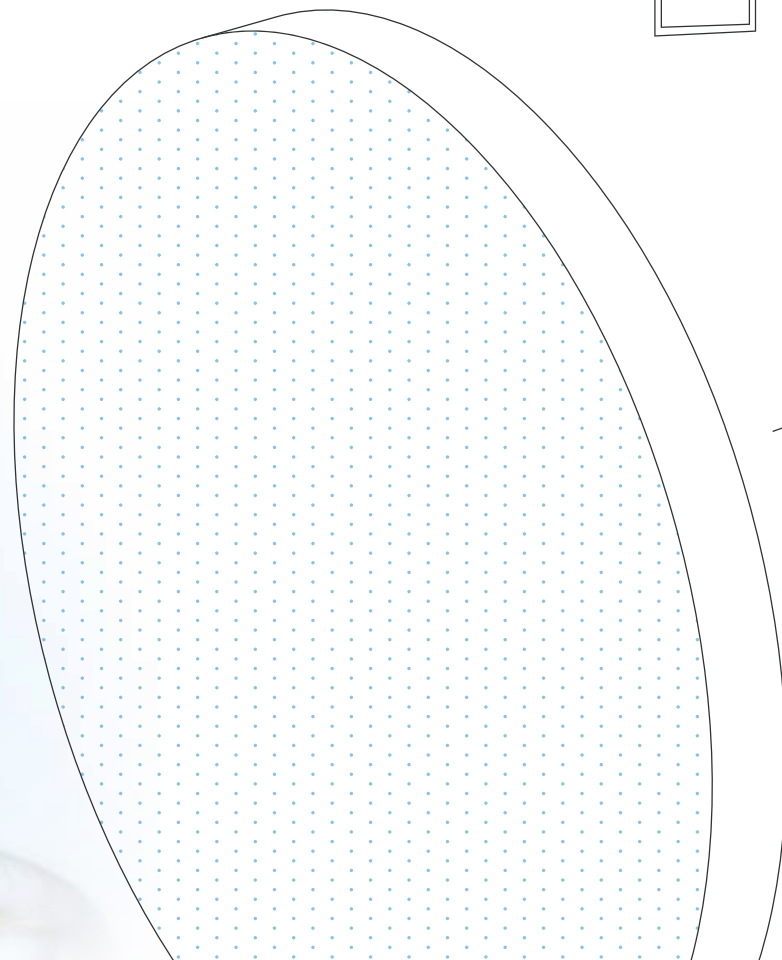
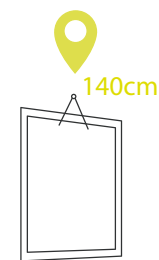


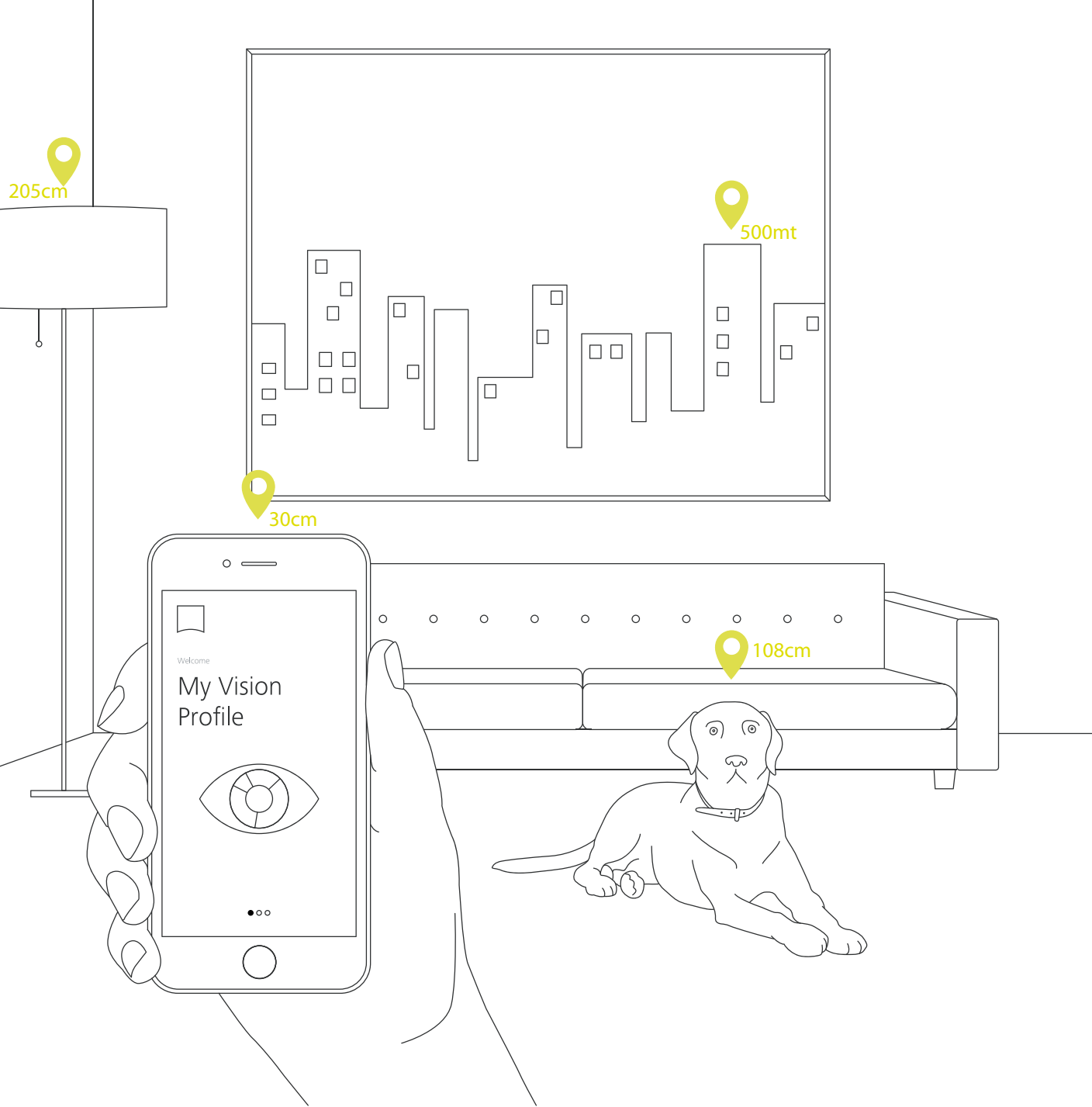
3. Pametna dinamična oblika

3D-prostorski model.

Ta opisuje natančen položaj določenega predmeta ali točke v tridimenzionalnem prostoru glede na njegovo razdaljo, smer in naklon glede na steklo.

Pot svetlobe od tega predmeta skozi steklo se izračuna binokularno. ZEISS inženirji opravijo več izračunov pri številnih razdaljah in smereh po celotni površini stekel, pri čemer upoštevajo sodobno dinamično vidno polje, da optično optimizirajo steklo.





NOVO

Prej so bili ti izračuni narejeni samo za digitalna in progresivna stekla. Sedaj 3D-prostorski model velja tudi za enožriščna stekla ZEISS SmartLife.

**Več podrobnosti
na naslednji strani**





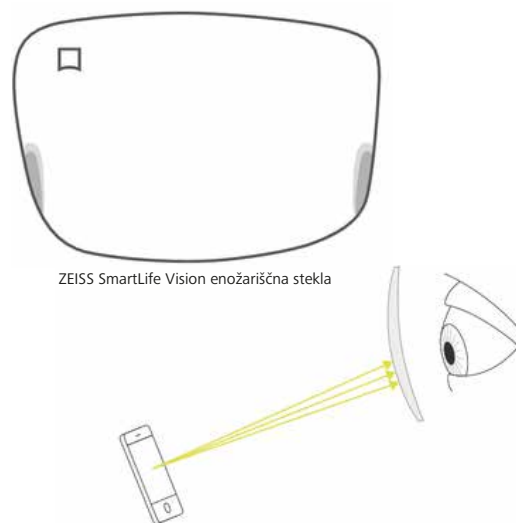
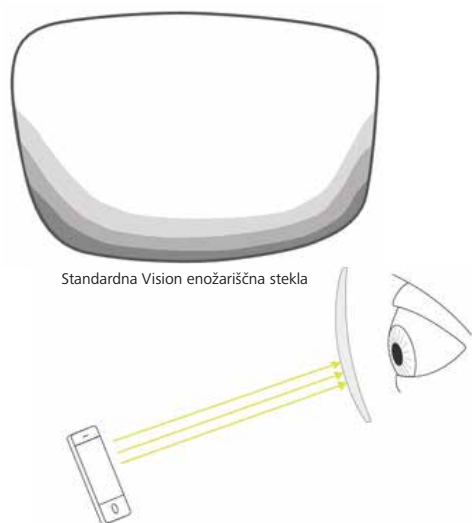
3. Pametna dinamična oblika

NOVO Novi oblikovani prstni vtisi.

ZEISS SmartLife Enožariščna Vision steklas

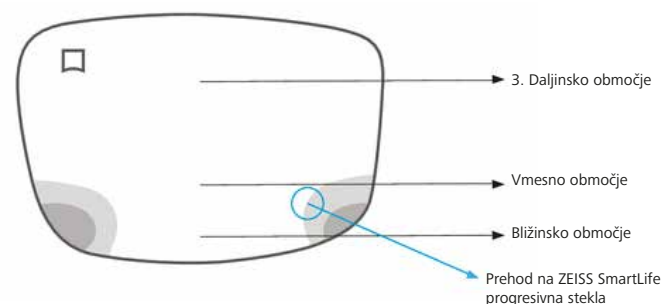
Današnja enožariščna vision stekla so običajno optimizirane samo za daljavo – predvsem za daljinski vid. Pametna dinamična optika izračuna pametno vedenje uporabnikov stekel z enim vidom za oster vid na vseh razdaljah, zlasti pri spuščanju pogleda med osredotočanjem na bližnje predmete.

- **Naslednja generacija enožariščnih stekel ZEISS Vision z optičnimi izboljšavami in do 88% več vidnimi polji.** ¹⁰
- **94% uporabnikov je opazilo široka polja udobnega vida za vmesna in bližnja opravila.** ¹¹



ZEISS SmartLife Digitalna stekla

Ta stekla imajo novo zasnovano prstnih odtisov, ki omogoča lažji prehod v obod stekla, z manj zaznano zamegljenost, ki omogoča obrobni vid v naravni dinamični interakciji. Stekla z nizko močjo dodajanja so zasnovane tako, da omogočajo gladke prehode in prilagoditve za samostojne vidne ali neobčutljive uporabnike. Progressivna stekla ZEISS SmartLife za lažji prehod v progresivno cono v poznejših fazah.



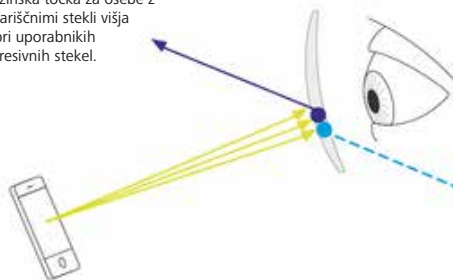
- **Natančnejši vid v neposredni bližini za vaš povezani življenjski stil in na poti.** ¹²
- **73% uporabnikov ob koncu dneva ni čutilo napetih oči.** ¹³
- **63% zaznava manj obremenjenosti oči ob koncu dneva v primerjavi z prejšnimi stekli.** ¹⁴

ZEISS SmartLife Progressivna stekla

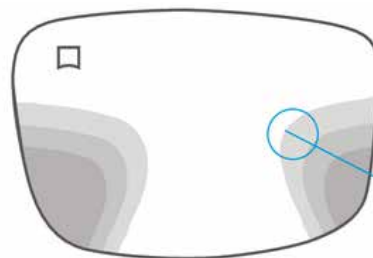
Optična zmogljivost na obrobju stekel je zasnovana za pogoste spremembe položaja glave in oči, ki jih poganja način, kako ljudje med gibanjem sodelujejo s svojimi ročnimi napravami. Ta nova oblika prstnih odtisov omogoča lažji prehod na obrobje stekel z manj zaznano zamegljenost, ki omogoča periferni vid v naravni dinamični interakciji.

- **Znanstveno dokazano, da omogoča periferni vid pri naravni dinamični interakciji** ¹⁵
- **4 od 5 je doživel nemoten vid od blizu in za dale po vseh vidnih conah.** ¹⁶
- **8 od 10 potrošnikov je zelo hitro dopolnilo svoja nova stekla (v roku 1 dneva).** ¹⁷

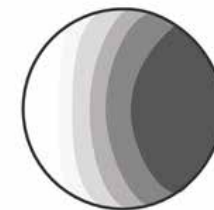
Enožariščna stekla uporabnik bližinske točke:
Glede na bralno vedenje je bližinska točka za osebe z enožariščnimi stekli višja kot pri uporabnikih progresivnih stekel.



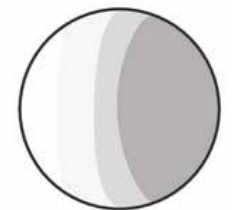
Progressivna stekla Uporabnik bližinske točke:
Zaradi večjega dodajanja dioptrije(moči), je bližinska točka za izkušene uporabnike progresivnih stekel nižja zaradi večje udobnosti v vmesnem območju.



Lažji prehod na območja z večjo zamegljenostjo
Splošna nižja stopnja zamegljenosti v primerjavi s trenutno natančnimi ZEISS progresivnimi stekli.



Standardna progresivna stekla



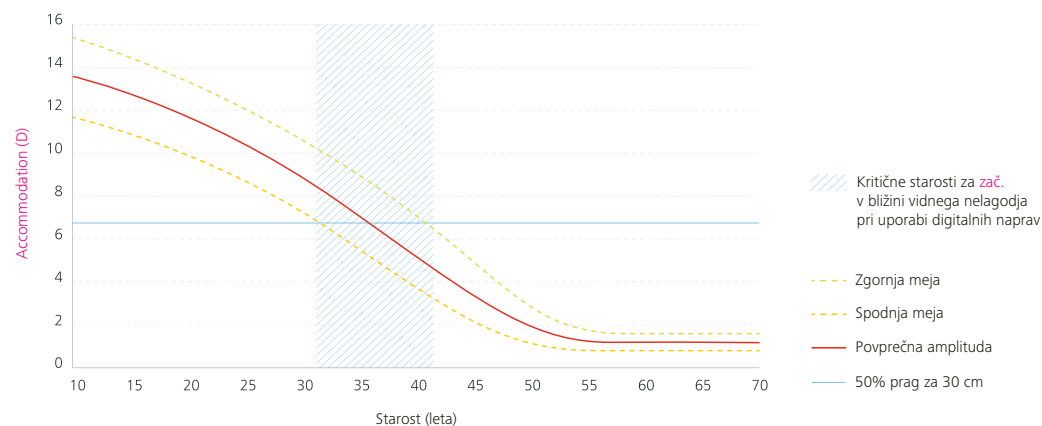
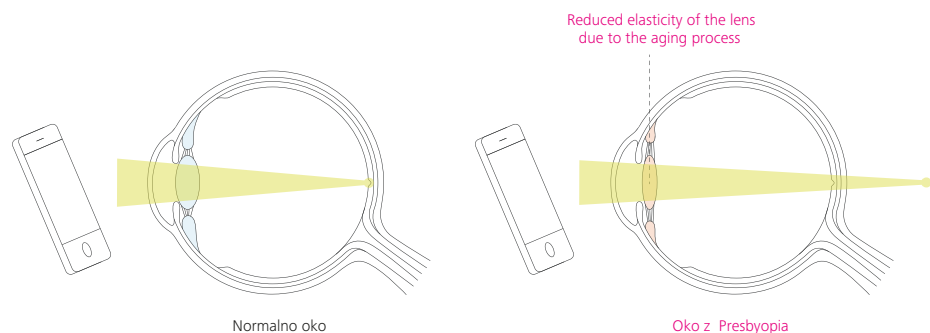
ZEISS SmartLife progresivna stekla



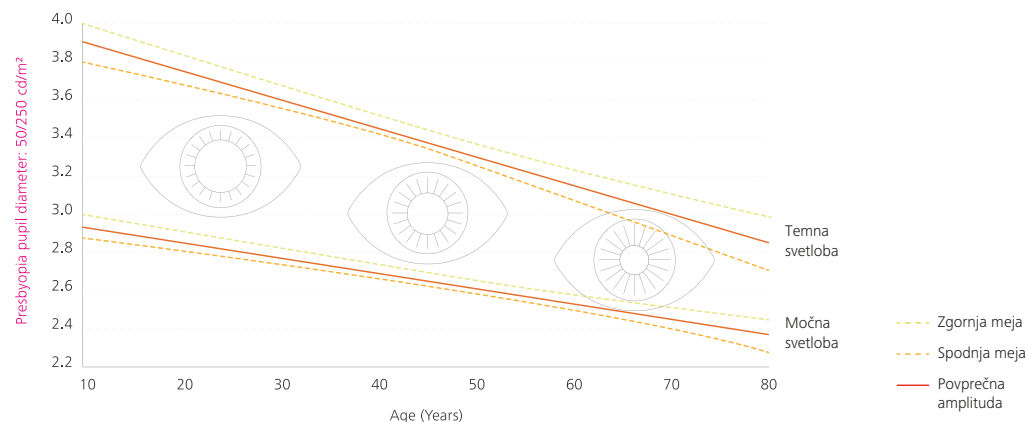
4. Starostna inteligenca **NOVO**

Reševanje evolucije vizualnih potreb uporabnikov stekel.

1. Stekla se prilagajajo glede na sposobnost nastanitve oči, ob upoštevanju, da se s starostjo ta sposobnost znatno zmanjša. Zato so na voljo različne vrste stekel za vsako življenjsko dobo, ki s staranjem ljudi izpolnjujejo razvijajoče se potrebe vida.



2. Nadaljnja optična optimizacija se izvede glede na povprečno velikost pupile v starostni skupini. Z naraščanjem starosti se sposobnost naših pupil za širjenje zmanjšuje. Za optično optimizacijo površine stekel, ZEISS upošteva starostno specifično velikost zenice za povprečno svetilnost tekom dneva - to se imenuje ZEISS Luminance Design Technology 2.0.



Linija stekel ZEISS SmartLife poskrbi za vse povezane potrošnike v gibanju, ne glede na starost - zagotavlja jasno in udobno vizijo za uravnoteženje njihovega sodobnega življenjskega stila.





Preprosto za prodajo.

ZEISS vam pomaga izbrati – in prodati – najboljša starostna stekla za vse vaše paciente.

Razumevanje razvoja potreb po viziji, starostna Inteligenca znotraj tehnologije ZEISS SmartView upošteva tri pomembne kazalce, da priporoči primerno in prilagojeno steklo:

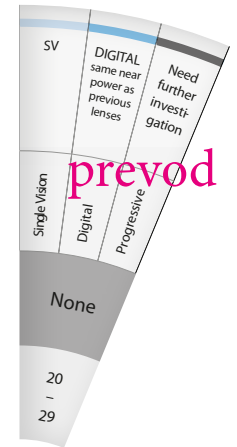
1. S starostjo osebe za določanje zmanjšane amplitude nastanitve oči in zmanjšanja zmožnosti pupile za širjenje.
2. Zaznani vizualni izziv (-i) kot pokazatelj posameznih vizualnih potreb, povezanih s starostjo.
3. Trenutna rešitev stekel, s katero določite trenutne vizualne navade, katerih je uporabnik navajen.

Na podlagi teh treh kazalnikov je bil razvit pametni vodnik ZEISS, ki omogoča preprostejšo in pametnejšo izbiro objektiva izbire, posvetovanja in prodaje ter vam omogoča, da svoj čas osredotočite na tisto, kar je resnično pomembno - na vašega pacienta.

Na voljo tudi
v ZEISS
VISUCONSULT
100

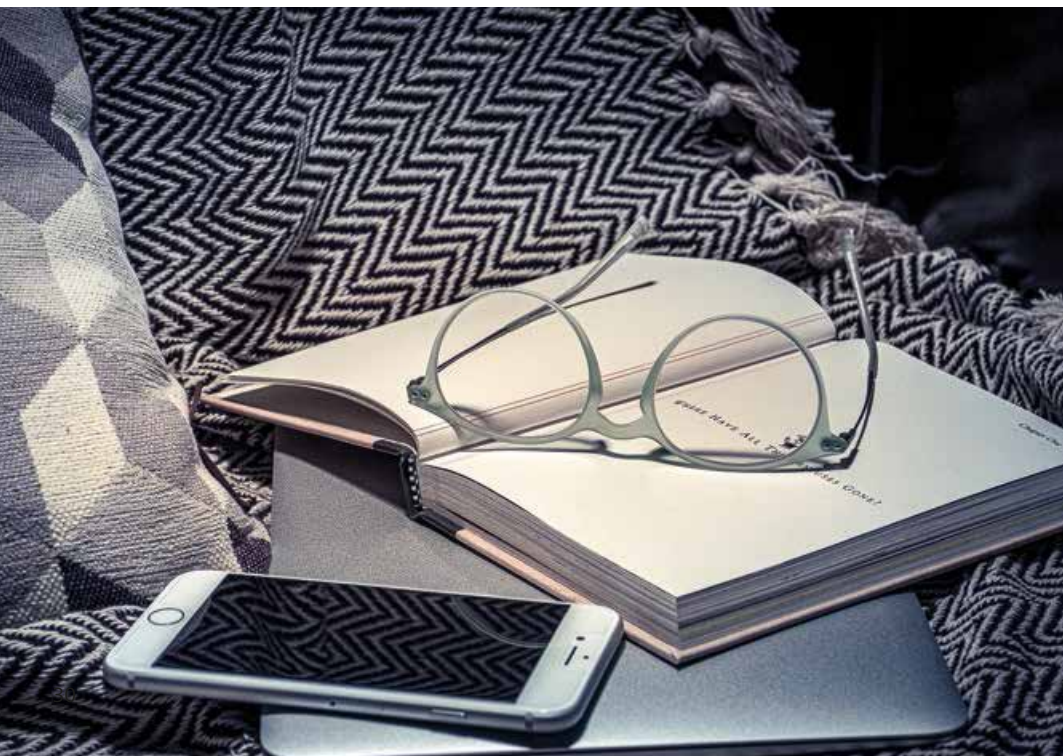
Naše priporočilo SmartLife stekla:

- 3 Kakšna so trenutno
vaša stekla?
- 2 Ali imate naslednje
vizualne izzive?
- 1 Koliko ste stari?



Izbira stekel je preprosta.
ZEISS pametni vodnik





Pomagajte svojim bolnikom, da sprejmejo vse, s čimer se dandanes srečujejo njihove oči.

Življenje kot ga poznamo, se bo še naprej spreminjalo. Tehnologija se bo še naprej spreminjala – iz dneva v dan je boljše in hitrejše.

Vsi moramo biti v koraku s časom.

Nosilci očal potrebujejo stekla, ki so prilagljena za pogoste spremembe pogleda na vseh razdaljah in smereh, tako da lahko nadaljujejo z pregledi, brskanjem, klepetom in živijo v željenem tempu .

Kot strokovnjak za nego oči morate odgovoriti na potrebe sodobnih potrošnikov in vizualne izzive, s katerimi se soočajo kot rezultat povezani življenjski stil v gibanju.

Z linija stekel ZEISS SmartLife, vam ZEISS ponuja celovito celostno rešitev in možnost, da naredite prav to. Razen tega viidimo, da vam bomo pomagali doseči nadaljno rast in uspeh.

The ZEISS SmartLife Promise:

1.

Omogoča vam celodnevno vizualno udobje za povezani življenjski stil v gibanju, ne glede na starost ali vid.¹⁸

2.

Omogoča enostavno gledanje in sproščen vid v vseh razdaljah in smereh.^{19,20}

3.

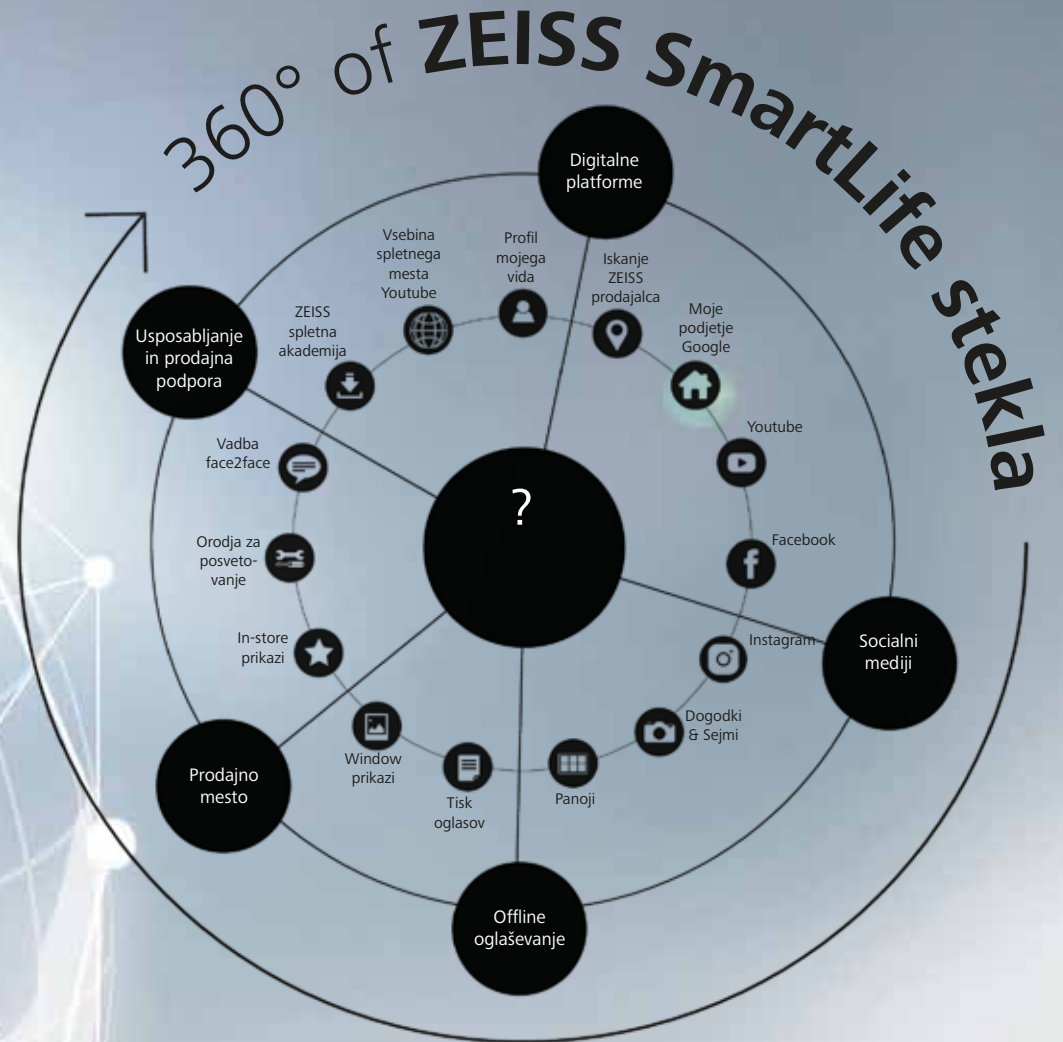
Dokazana visoka kakovost vida.⁸

4.

Prilagojena stekla glede na spremembo vida z starostjo.

To pomeni, da so parametri različni in edinstveni za vsako starostno skupino.

Kot partner, ZEISS vas podpira celostno.



Rast prihodkov & marže

- Povečajte bazo bolnikov na široko ciljno skupino za vse starosti z eno linijo
- Zvišajte povprečno prodajno ceno.
- Med prodajo zagotovite svoj visok poslovni potencial.
 - Drugi par upsell.
- Ustvarjanje prometa do vaše poslovalnice

01

02

Enostavna prodaja

- Pameten način prodaje – poenostavite prodajo stekel in pametnejši z linijo za vse svoje paciente.
- Celovita 360 – stopinjska akcija, ki zagotavlja ustvarjanje prometa.

Rast ugleda

- Prodaja izdelkov, ki so razviti na osnovi-najnovejši vpogled na trg in potrošnike.

03

04

Digitalna avtocesta

- Bodite na digitalni avtocesti – omogočili vam bomo odgovor na izdelek, z znanjem ter z orodji in vsebino.

Zadovoljite stranke

- Zaupate lahko uspešnosti izdelka in zadovoljstvo stekel ZEISS SmartLife.
- Prodaja izdelkov, ki ustrezajo potrebam potrošnikov in ciljni trg.
- *Use the most relevant digital tools and content.*

05

06

Osebne veščine

- Z usposabljanjem vam omogočamo, da izboljšate svoje in znanje svojih uslužbencev ter pripravite svojo prakso.



Viri

- ¹ Deloitte LLP. (2017). State of the smart - Consumer and business usage patterns. Global Mobile Consumer Survey 2017: UK Cut.
- ² We Are Social & Hootsuite. (2019). Digital 2019 Essential insights into how people around the world use the internet, mobile devices, social media and e-commerce.
- ³ Bababekova Y., Rosenfeld M., Hue J.E., Huang R. R. (2011). Font Size and Viewing Distance of Handheld Smart Phones. *Optometry and Vision Science*, 88:795-97.)
- ⁴ Dynamic gaze study - Changes in gaze behavior through digital devices. ZEISS Vision Science Lab, Institute for Ophthalmic Research, University of Tuebingen, 2019. Data on file.
- ⁵ Ioannidou F., Hermens F., Hodgson, T.L. (2017). Mind your step: the effects of mobile phone use on gaze behaviour in stair climbing. *Journal of Technical and Behavioural Science*, 2: 109-120.
- ⁶ Gustafsson E., Thomé S., Grimby-Ekman A., Hagberg M. (2017). Texting on mobile phones and musculoskeletal disorders in young adults: A five-year cohort study. *Applied Ergonomics*, 58:208-214.
- ⁷ External consumer acceptance test on the ZEISS SmartLife Lens Portfolio, n=182 study participants (percentage of participants who 'strongly agree', 'agree' or 'somewhat agree'). Aston Optometry School, Aston University, UK, 2019.
- ⁸ 94% rate the quality of vision for distance tasks, 93% for intermediate and 91% for near tasks as positive. (percentage of participants who rated 'very good', 'good' or 'quite good'). External consumer acceptance test on the ZEISS SmartLife Lens Portfolio, n=182 study participants. Aston Optometry School, Aston University, UK, 2019.
- ⁹ 81% of consumers adapted very fast to their new lenses, just within 1 day (percentage of participants who adapted 'immediately', 'within hours' or 'within 1 day'). External consumer acceptance test on the ZEISS SmartLife Lens portfolio, n=182 study participants. Aston Optometry School, Aston University, UK, 2019.
- ¹⁰ ZEISS SmartLife Single Vision Lenses with improved optical performance of up to 67% for high hyperopes, up to 88% for high myopes, and on average 28% larger clear fields of view compared to standard sph/asph SV lenses based on calculation for binocular vision considering object field areas below a threshold of 0,25D RMSPE for range -10,0D up to +8,0D. Analyses by Technology & Innovation, ZEISS Vision Care, DE, 2019.
- ¹¹ External consumer acceptance test on the ZEISS SmartLife Lens Portfolio, n=48 study participants (percentage of participants who 'strongly agree', 'agree' or 'somewhat agree'). Aston Optometry School, Aston University, UK, 2019.
- ¹² After performing a concentrated near task at 20 cm for 30 min with ZEISS SmartLife Digital Lenses compared to ZEISS Single Vision Lenses, subjects aged 30 - 40 years (n=12) showed an improved accommodative response with a significant difference for accommodative demands over 3D, that is applicable to tasks performed closer than 33 cm. External performance test on ocular accommodation and blink rate comparing ZEISS Single Vision Lenses to ZEISS SmartLife Digital Lenses, n=39 study participants. Aston Optometry School, Aston University, UK, 2019.
- ¹³ 73% do not feel strained eyes at the end of the day (percentage of participants who 'strongly agree', 'agree' or 'somewhat agree'). External consumer acceptance test on the ZEISS SmartLife Lens Portfolio, n=52 study participants. Aston Optometry School, Aston University, UK, 2019.
- ¹⁴ External consumer acceptance test on the ZEISS SmartLife Lens Portfolio, n=52 study participants (percentage of participants who 'strongly agree', 'agree' or 'somewhat agree'). Aston Optometry School, Aston University, UK, 2019.
- ¹⁵ Performance test on ZEISS SmartLife Progressive Lenses, n=17 study participants. ZEISS Vision Science Lab, Institute for Ophthalmic Research, University of Tuebingen, 2019.
- ¹⁶ 80% of consumers have seamless transition across all viewing zones (percentage of participants who 'strongly agree', 'agree' or 'somewhat agree'). External consumer acceptance test on the ZEISS SmartLife Lens Portfolio, n=82 study participants. Aston Optometry School, Aston University, UK, 2019.
- ¹⁷ 80% of consumers adapted very fast to their new lenses within 1 day (percentage of participants who adapted 'immediately', 'within hours' or 'within 1 day'). External consumer acceptance test on the ZEISS SmartLife Lens Portfolio, n=82 study participants. Aston Optometry School, Aston University, UK, 2019.
- ¹⁸ 84% experienced all day visual comfort to balance their connected and on-the-move lifestyle participants (percentage of participants who 'strongly agree', 'agree' or 'somewhat agree'). External consumer acceptance test on the ZEISS SmartLife Lens Portfolio, n=182 study Aston Optometry School, Aston University, UK, 2019.
- ¹⁹ 85% experienced ease of viewing in all distances. (percentage of participants who 'strongly agree', 'agree' or 'somewhat agree'). External consumer acceptance test on the ZEISS SmartLife Lens Portfolio, n=182 study participants. Aston Optometry School, Aston University, UK, 2019.
- ²⁰ 84% experienced relaxed vision at all distances. (percentage of participants who 'strongly agree', 'agree' or 'somewhat agree'). External consumer acceptance test on the ZEISS SmartLife Lens Portfolio, n=182 study participants. Aston Optometry School, Aston University, UK, 2019. Source35

ZEISS SmartLife stekla

Carl Zeiss d.o.o.
Leskoškova cesta 6
1000 Ljubljana

www.zeiss.si



Seeing beyond