

Стратегия «низких цен» как один из вариантов быстрого старта на высоко-конкурентном рынке

**Федор Лаптев, руководитель проекта
«Сеть аптек «Витамин»**

ПОСЕТИТЕЛЬ – ЛАКМУСОВАЯ БУМАЖКА ВОСТРЕБОВАННОСТИ

ИГОРЬ СУББОТИН



План

- 1. Цена и спрос...** или фундаментальные законы рынка никто не отменял.
- 2. Размышления по поводу...** или как мы "докатались" до жизни такой...
- 3. Есть задача?** Есть ответ!
- 4. А дальше?** Возможные пути дальнейшего развития.

Цена и спрос.... или законы рынка НИКТО НЕ ОТМЕНЯЛ

- Цена есть денежное выражение стоимости товара.
- Самое объективное, на мой взгляд, определение цены: Цена это сумма денег, за которую покупатель готов купить товар, а продавец его продать.
- Рыночная цена товара – цена, которая сложилась на рынке при взаимодействии спроса и предложения идентичных товаров или услуг в сопоставимых коммерческих условиях.

Цена и спрос.... или законы рынка НИКТО НЕ ОТМЕНЯЛ

- Формирование рыночной цены происходит под влиянием спроса и предложения: если установить слишком высокую цену, то спрос будет ограничен; если установить слишком низкую цену, то прибыль будет мала или ее не будет вовсе.
- При достаточно жесткой конкуренции на рынке, между ценой и спросом существует достаточно тесная взаимосвязь. Чем выше цена, тем меньше число потенциальных покупателей и меньше уровень спроса и наоборот, чем ниже цена, тем больше число покупателей и количество приобретаемого товара.

Размышления по поводу... или как мы "докатались" до жизни такой

Упрямые факты о рынке и его участниках:

- Аптечный ассортимент можно отнести к товарам массового спроса (о чем свидетельствуют исследования Comcon и Nielsen) и соответственно, к данному рынку применимы законы и инструменты FMCG рынка.
- Наличие в аптеках одинакового товара с одинаковым качеством и свойствами (все покупают товар у одних и тех же дистрибьюторов).
- Высокая, в том числе активно возрастающая ценовая, конкуренция на розничном рынке.

Размышления по поводу... или как мы "докатались" до жизни такой

- Устоявшиеся правила игры и набор маркетинговых инструментов, в основном, шаблонное поведение игроков на нем.
- Основные факторы, определяющие выбор торговой точки конечным потребителем, просты и понятны: цена, место, качество товара и качество обслуживания.



Размышления по поводу... или как мы "докатились" до жизни такой

- Доход большинства потребителей всегда ограничен, следовательно, при прочих равных условиях, они стремятся приобрести товар по более низкой цене (не путайте с дешевым товаром). Яркий пример – интернет торговля: в магазин покупатель заходит посмотреть и проконсультироваться, а заказывает в интернет-магазине.
- На фоне невысокого уровня доходов большей части населения, цена играет важную роль в принятии положительного покупательского решения.



Размышления по поводу... или как мы "докатались" до жизни такой

- Покупка лекарств и большинства товаров аптечного ассортимента не является желанной для покупателя.
- Аптечный бизнес является социально-значимым. Задачей аптеки является не только получение прибыли, но и обеспечение населения качественными и доступными по цене лекарственными средствами.

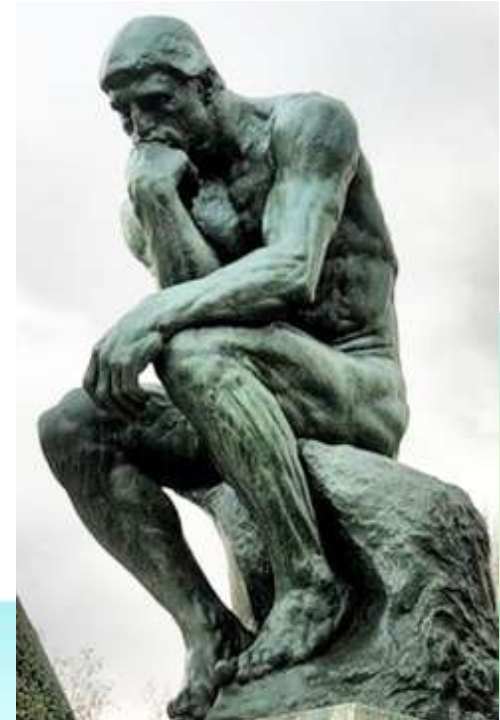


Есть задача? Есть ответ!

- **Какую стратегию ценообразования необходимо выбрать компании, которая только выходит на рынок?**

В кратко- и среднесрочном периоде выбранная стратегия должна:

- быстро выделить новую компанию в сознании покупателей. Привлечь максимальное их количество, без первоначальных временных и ресурсных затрат на построение сложных маркетинговых схем, направленных на привлечение и удержание покупателей;



Есть задача? Есть ответ!

- обеспечить быстрый рост товарооборота, что позволит получить лучшие условия от дистрибьюторов и дополнительные маркетинговые бюджеты от производителей;
- создать крепкую базу для дальнейшего продвижения широкого ассортимента, при минимальном риске по позициям-неликвидам и товарам со сроками годности;
- быстро и прогнозируемо снизить издержки и достичь эффекта экономии на масштабе;

Есть задача? Есть ответ!

- обеспечить оговоренный уровень рентабельности при сохранении конкурентоспособности.

Указанное выше должно быть достигнуто в сжатые сроки, с минимальным количеством сотрудников офиса на начальном этапе.



Есть задача? Есть ответ!

На основании вышеперечисленных вводных, было принято решение запустить новый проект именно в формате «низких цен».

Было учтено и то, что практика конкурентов показала работоспособность подобного формата и живой интерес покупателей к нему.

Если модель работает – берем ее за основу, пересматриваем, считаем, подгоняем «под себя», тестируем, тюнингуюем и реализуем.

Есть задача? Есть ответ!

- Говорят, что конкуренция по цене это путь в пропасть.
- Абсолютно согласен!!!
- Но ведь это всего лишь одна из моделей, которая работает и вполне применима на начальном этапе (при правильном исполнении);
- И, поэтому, подходит она далеко не для всех...



Есть задача? Есть ответ!

- Основная задача на взлете: максимальное увеличение оборотов, а после – дифференциация и отстройка от конкурентов.
- Сначала увеличиваем продажи и валовую прибыль, а уже позже начинаем систематизировать, строить категорийные классификаторы, более жестко формализовать выкладку и т.д. и т.п...



А дальше? Возможные пути дальнейшего развития

- пересмотр ценообразования в сторону поднятия цен и дальнейшее повышение уровня обслуживания*.
- дифференциация предложения для разных категорий населения в рамках существующей сети: привлечь покупателей с высоким уровнем доходов, обеспечив достойный ассортимент и сервис и не потерять покупателей с не высоким достатком, предоставив и тем и другим возможность комфортного приобретения товаров в сети наших аптек;

* В процессе трансформации цена может быть еще несколько ниже, чем у конкурентов, но уровень сервиса и ассортимент должны быть на сопоставимом уровне, а зачастую - заметно выше, чем у конкурентов.

А дальше? Возможные пути дальнейшего развития

- открытие аптек в формате «премиум»;
- шаг в сторону интернет-продаж того, что законом продавать не запрещено;
- создание мощной справочной службы;
-



Достичь успеха можно, только если ты занимаешься любимым делом, живешь текущим проектом и поддерживаешь светлое состояние своей кармы)))



The background features several overlapping, semi-transparent geometric shapes in shades of light blue and green, resembling torn paper or sticky notes. A prominent light blue shape is at the top, with green shapes peeking out from behind it. Other similar shapes are scattered at the bottom corners.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!