

**12 абсолютно легальных**  
способов подружиться с аптекой,  
или  
Искусство убеждения для увеличения  
собственных продаж.  
Взгляд из аптеки.

Максим Мясников,  
Зам. Директора по маркетингу  
ООО «Донэлитфарм ЛТД»

АПТЕКА ЛАЧЕ 36,6®



ЭкономМаркет®

<http://apteka36-6.dn.ua>

# Задача для аптеки №1

## Как увеличить объем продаж?

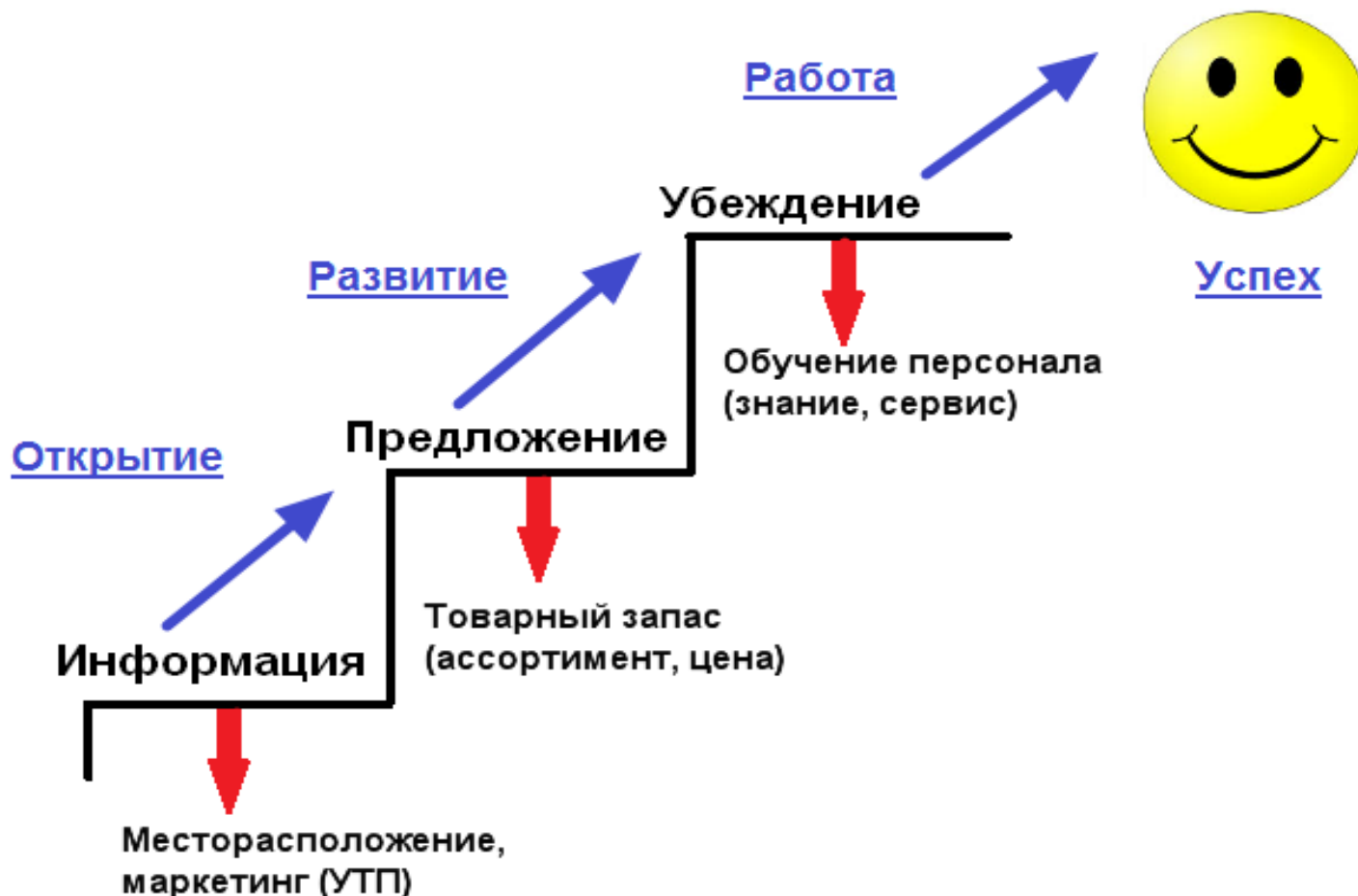
### 3 способа

**Во-первых:** больше уникальной информации об аптеке (нужно увеличить число посетителей).

**Во-вторых:** больше предложений (нужно сделать так, чтобы клиенты покупали много).

**В-третьих:** больше убеждения (нужно способствовать тому, чтобы клиенты покупали чаще).

# Что такое успешная аптека?



# Задача для производителя №1

Как увеличить объем продаж в аптеке именно Вашего бренда?

## 3 способа

- Во-первых:** больше информации (нужно, чтобы о Вашем бренде знали как можно больше посетителей аптеки).
- Во-вторых:** больше предложений (нужно, чтобы фармацевт предложил именно Ваш бренд).
- В-третьих:** больше убеждения (нужно чтобы фармацевт грамотно убедил приобрести именно Ваш бренд).

# Что такое успешный бренд для производителя?



Как **грамотно** не только попасть бренду на полку, но и быть часто **предложенным** посетителю аптеки?



**Легальный** маркетинговый (об оказании услуг) **договор** между аптекой и производителем или маркетирующей организацией.

АПТЕКА ЛАЧЕ 36,6®



**ЭкономМаркет®**

<http://apteka36-6.dn.ua>

# Маркетинговый договор о «дружбе»

## Обязательства аптечного учреждения:

1. Выполнять установленный одной стороной план объемов продаж.
2. Обеспечить прирост продаж к предыдущему периоду (20–40% прироста по отношению к 2010 году).
3. Ввод новых позиций производителя в течение года.
4. Эффективный мерчендайзинг (иногда исчисляемый метрами полочного пространства, в т.ч. и прикассовая зона).

5. Неснижаемый товарный запас производителя в каждой аптеке (1-2 месяца и более).
6. Неконтролируемое посещение медпредставителями аптек с донесением информации о своих продуктах обязательно каждому сотруднику аптеки.
7. Ежемесячная отчетность в любых срезах (по-аптечно, по продуктам, по группам и т.д.).
8. Обязательное участие аптеки в сезонных «акциях по стимулированию продаж».

9. Использование в торговом зале всевозможных POS-материалов производителя.
10. Рекламные конструкции на входной группе аптеки и не только (в аренду, чтобы не пропало).
11. Проведение фарм. кружков по своим брендам (2-3 часа) для максимального количества сотрудников аптек (питание и аренда не уточняется).
12. Моно или диэсклюзивность своего продукта в группе.

13. Сотрудничество только с определенным количеством дистрибуторов (или вообще с одним, и не всегда по самой «справедливой» цене на рынке).
14. Консультанты и промоутеры в торговом зале аптеки (образование и подготовка неизвестны).
15. Фиксированный размер наценки на бренд.

# Маркетинговый договор о «дружбе»

## Обязательства производителя

1. Контролировать исполнение взятых на себя обязательств аптечным учреждением.
2. Оплата (через 3-6 мес.) после подписания (1-2 мес.) всех актов о выполненных услугах аптекой.
3. Стоимость услуг: **5% (целых пять !!!)**

от чего непонятно – известно только одной стороне, в том числе НДС, налог на рекламу и возможно за вычетом неких договорных штрафных санкций.

# «Трудности» оплаты по договорам «дружбы»

1. Уволился сотрудник, который отвечал за вашу аптеку (сеть аптек).
  2. Пропали документы (договора, акты, счета и т.д.).
  3. «Все в отпуске».
  4. Отчет от дистрибутора расходится с отчетом аптеки.
  5. «А вы чего-то там, где-то, когда-то не выполнили вроде...».
- 6–66. И так далее...

# ВЫВОД:

Такая «дружба» не будет  
работать никогда.



# 12 абсолютно легальных способа подружиться с аптекой



АПТЕКА ЛАЧЕ 36,6®



ЭкономМаркет®

<http://apteka36-6.dn.ua>

# Участвуйте в информационном сопровождении аптеки



Кассовая лента с рекламой производителя.

Фирменные кульки с рекламой производителя.

Помощь в создании корпоративного сайта аптеки (сети аптек).



Оформление витрин и фасадов аптечных учреждений.



Эксклюзивное представление бренда производителя на локальном рынке (поддерживаемое реальной работой медпредставителей).

АПТЕКА ЛАЧЕ 36,6®



ЭкономМаркет®

<http://apteka36-6.dn.ua>



Дисконтные и накопительные карты для покупателей аптеки.



**Здесь  
может  
быть  
Ваша  
реклама!**

АПТЕКА ЛАЧЕ 36,6®



**ЭкономМаркет®**

<http://apteka36-6.dn.ua>

# Участвуйте в обучении персонала аптек



Тренинги по обучению методик продаж и повышению фармакологических знаний персонала аптек.



Помощь в создании и наполнении «Книги стандартов аптеки (аптечной сети)».



Здесь может находиться **полезная и грамотная информация** о Ваших торговых марках.

АПТЕКА ЛАЧЕ 36,6®

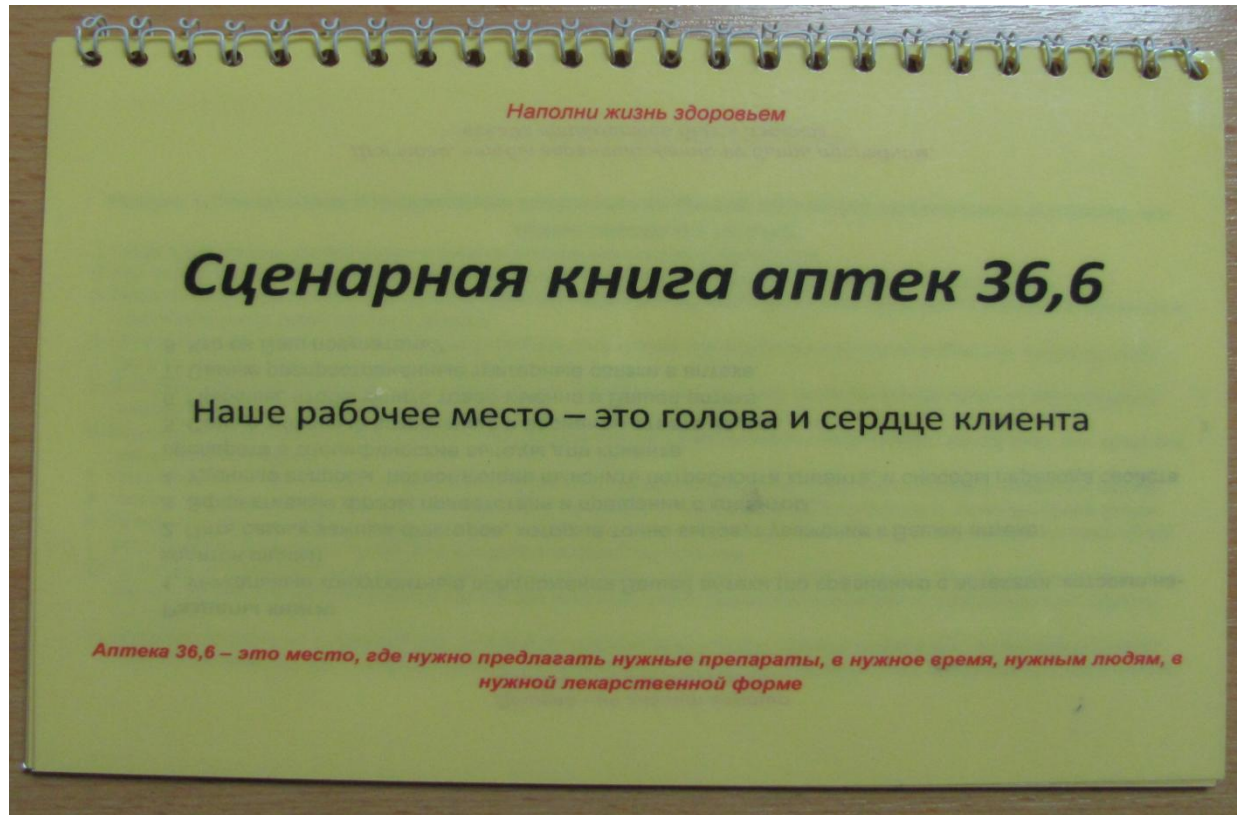


**ЭкономМаркет®**

<http://apteka36-6.dn.ua>



## Помощь в создании и наполнении «Сценарной книги аптеки»



АПТЕКА ЛАЧЕ 36,6®



ЭкономМаркет®

<http://apteka36-6.dn.ua>

# Программа лояльности

**Повышайте узнаваемость своего бренда в аптеке, формируйте доверие к своей компании**



Участие в накопительных программах (в качестве призов для посетителей аптечных учреждений).



Разработка совместно с аптекой и проведение игры «Джек-Пот».



Установка дополнительного оборудования (диагностического, торгового и т.д.) для формирования реального добавочного трафика.

# ВЫВОД:

Такая забота об аптеке перерастет в дружбу и повысит репутацию и доверие к производителю и его ТМ.

Аптечное учреждение почувствует себя партнером в отношениях с производителем и будет счастлива в своём движении к успеху. Но этот путь Вы проходите вместе.

# Счастливые партнеры не уходят к конкурентам

Дай мне руку,  
Мы пойдём с тобой  
рядом!

**Гарик Сукачев**



АПТЕКА ЛАЧЕ 36,6®



<http://apteka36-6.dn.ua>

# Спасибо за внимание!



АПТЕКА ЛАЧЕ 36,6<sup>®</sup>



ЭкономМаркет<sup>®</sup>

<http://apteka36-6.dn.ua>