



***КЛЮЧИ УСПЕХА ЛИДЕРОВ
АПТЕЧНОГО РЫНКА УКРАИНЫ***

Валерий Кидонь,
Киев, 2015, 22 апреля

Содержание

1. В чем отличие одной сети от другой?
2. Есть ли стратегия у сетей?
3. Локальный и национальный маркетинг - что важнее?
4. Какие инструменты работы с клиентами могут быть интересны? Что нового на рынке может появиться?
5. Итоги – куда двигаться сетям?

Конкурентные преимущества

- Следование стратегии
- Критерии выбора места для аптек
- Стандарт открытия аптеки
- Способы продвижения сети
- Способы завлечения покупателей в аптеки
- Программы лояльности
- Синергия с неконкурентами
- Использование разных торговых марок брендов – на разный вкус, возраст и кошелек
- Интернет – когда-нибудь кто-нибудь сможет монетизировать потенциал?
- Сотрудники аптек – как их синхронизировать?

Стратегия

- Набор букв
- Упоминаемый 1-2 раза в год на корпоративе лозунг
- Вспоминаемое при кризисе
- Must be done everyday

Стратегия и следование ей

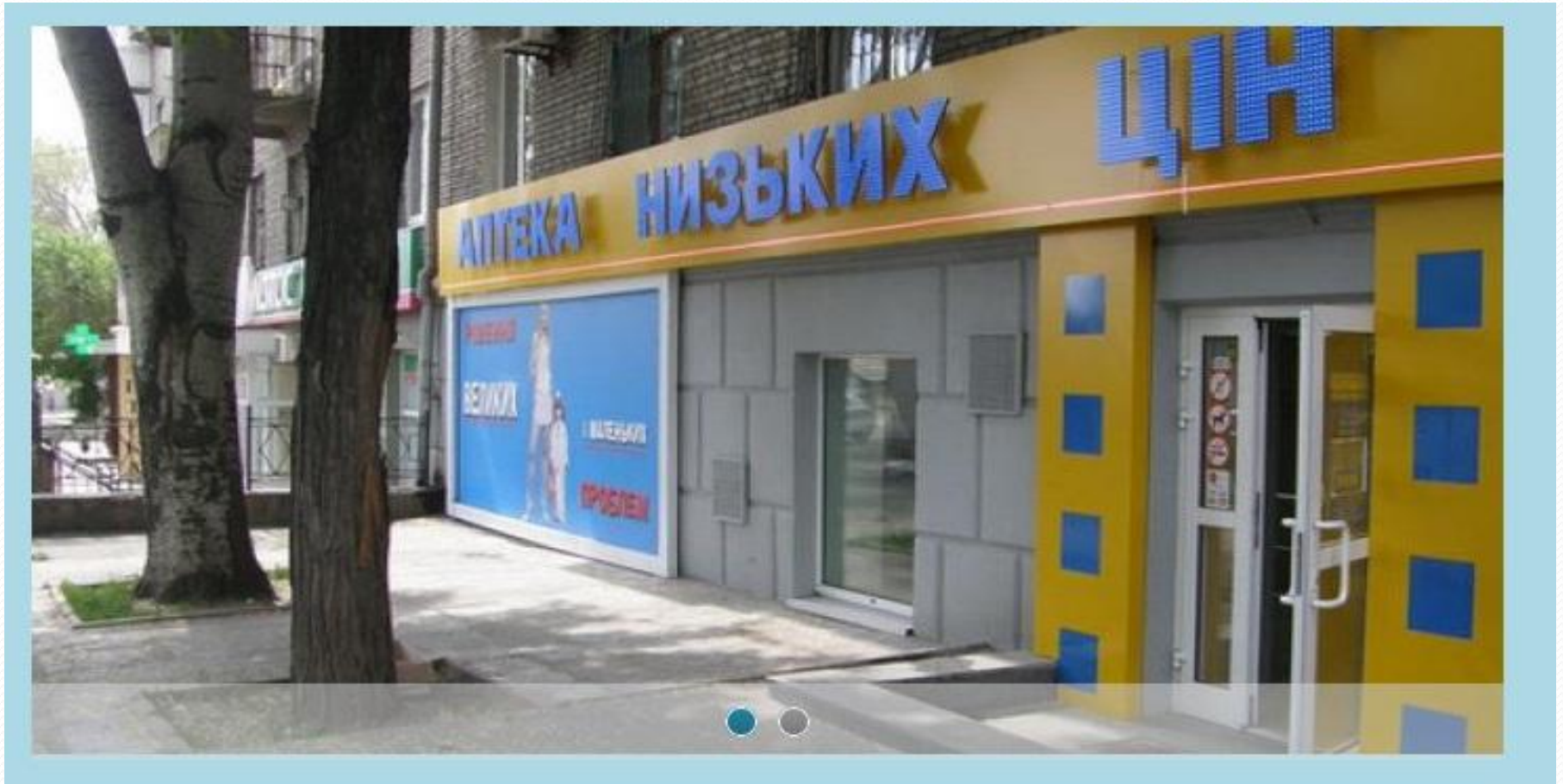
- Стратегии нет...
- Стратегия есть, но сотрудники о ней не знают...
- Да, у нас есть стратегия, но мы ее постоянно нарушаем, поскольку ситуация на рынке меняется...
- Стратегии следуем, но делаем исключения...

Не нужно ничего выдумывать нового – следует создать стандарт по реализации стратегии, назначить ответственного (СЕО) и наказывать за отклонение от правил.

Принципы создания и функционирования аптечной сети

- Покупка помещения или создание с нуля
- Расположение – выход фасада, линия, внутри офисного центра, возможности размещения баннера и т.д.
- Клиентопоток вдоль аптеки – конкретная цифра
- Подбор персонала - критерии и первичное обучение
- Компьютерная программа умение нею пользоваться
- Стандарт открытия – команда, наполнение товаром, создание ивента открытия, ценовая политика, акции, программы лояльности
- Локальный маркетинг – поиск отдифференцировки от соседей
- Национальный маркетинг – единообразие для компаний производителей фармпродукции

Стандарты, стандарты, стандарты...



Принципы и инструменты маркетинга

- **Разные бренды разным покупателям (цель – найти подходы к разным покупателям)**
- **Когда аптеки не видно – внешняя служба, интернет (цель – привести в аптеку)**
- **Когда аптека видна – оформление и дизайн (цель – завлечь в аптеку и отделиться от конкурентов)**
- **В аптеке – стандарт маркетингового продвижения в аптеке - работа в торговом зале и обученный первостольник (цель увеличить чек)**
- **Послеаптечный маркетинг – программы лояльности, программы кооперации (цель - участить приходы в аптеку)**



Бренды на разные вкусы

- * Аптека Низких Цен – наиболее распространенный бренд
- * Социальный проект «Аптека Благодія» - вспомогательный социальный бренд
- * Аптека Копейка - роботизированная аптека с ценами из интернета

Поиск и привлечение новых целевых групп

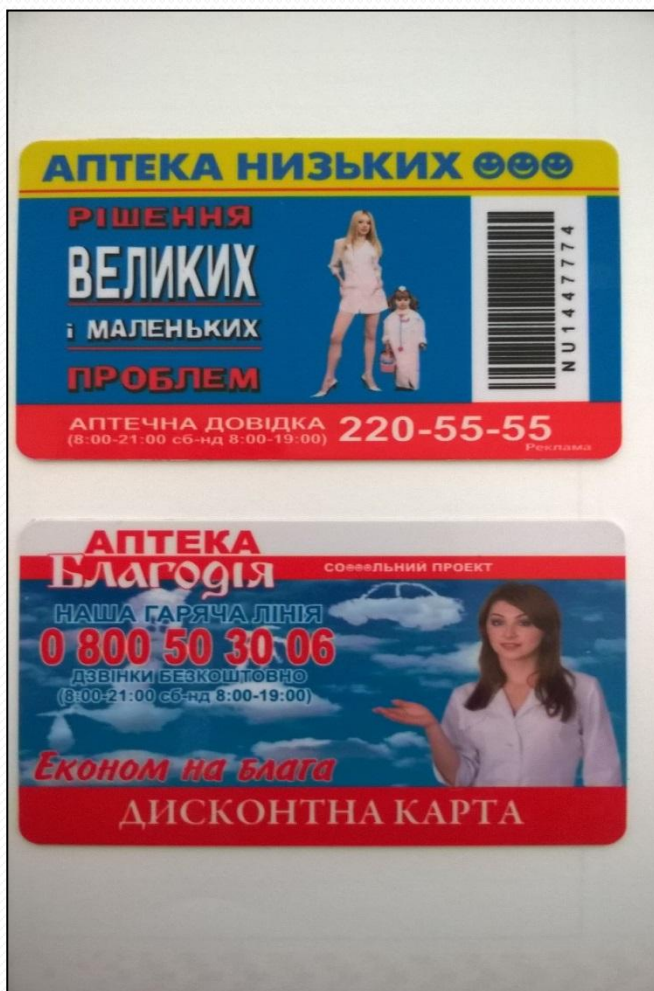


ЦЕНЫ КАК В ИНТЕРНЕТЕ

Продвижение среди пациентов

- Внешняя служба, работающая на пациентов
- Журнал для пациентов
- Скидочные карточки, распространяемые среди пациентов
- Распространение информации для интернет-заказов с целью повышения посещаемости сайта

В аптеках – обычные дисконты



Выдача всем
покупателям в течение 1-
го месяца в новых
аптеках

ГОЛД КАРД – ДИСКОНТЫ

GOLD CARD

АПТЕКА НИЗЬКИХ ЦІН®
www.aptekanizkihcn.ua

Gold Card
РІШЕННЯ
ВЕЛИКИХ
і МАЛЕНЬКИХ
ПРОБЛЕМ



АПТЕКА
Благодія® СОЦІАЛЬНИЙ ПРОЕКТ

АНАЛІЗИ



СІНЕВО
медична лабораторія

Gold Card

0 800 50 70 30
www.synevo.ua

РЕКЛАМА

 SynevoLab  Synevo

Программы лояльности с партнерами


БУДЬТЕ **АПТЕКА НИЗЬКИХ ЦІН** 
ЗДОРОВЫ
с нами
№1/2014

**ГЕПАТИТ
ПЛАН
ДЕЙСТВИЙ**

**ДИСБИОЗ
У ДЕТЕЙ
ЛЕЧЕНИЕ,
ПРОФИЛАКТИКА**

**Почему
клиенты
остаются
надолго
с лабораторией
«СИНЗВО» и сетью
«Аптека низких
цен»?**

ПЕРВАЯ ПОМОЩЬ ПРИ АЛЛЕРГИИ ПРОСТАТИТ МОЖНО ПРЕДОТВРАТИТЬ

БУДЬТЕ **АПТЕКА НИЗЬКИХ ЦІН** 
ЗДОРОВЫ
с нами
№2/2014

АНТИБИОТИКИ
принципы разумного
применения

**НЕЗАЩИЩЕННЫЙ
СЕКС**
ЭКСТРЕННАЯ
ПОМОЩЬ

**Сеть «СИНЗВО»
и сеть «Аптека
низких цен»:
эффективная
европейская
медицина
в Украине**

КАК МИНИМИЗИРОВАТЬ ГЕЛЬМИНТОЗ У ДЕТЕЙ РАК ШЕЙКИ МАТКИ ИЗЛЕЧИМ

Социальные инициативы для пациентов

СОЦІАЛЬНА ІНІЦІАТИВА

GOLD CARD PLUS

ЗНИЖКИ ПРИ ДОВГОТРИВАЛОМУ ЛІКУВАННІ

Совместные программы с финансовыми структурами



Макси- карта

Health Club
от ПИБ



Интернет – продвижение. Сайт.

The screenshot displays the website 'Аптека низких цен' (Low Price Pharmacy) in a browser window. The browser's address bar shows the URL 'http://www.aptekanizkihcen.ua/'. The website's navigation menu includes 'Главная', 'Аптека Низких Цен', 'Контакты', 'Отзывы', and 'Аптечная справка онлайн'. A prominent yellow banner features the text 'АПТЕКА НИЗКИХ ЦЕН' and 'РЕШЕНИЕ БОЛЬШИХ и МАЛЕНЬКИХ ПРОБЛЕМ' with an image of a woman and a child. A search bar is located on the right side of the banner. Below the banner, there are social media icons for Facebook, Google+, and Odnoklassniki, along with links for 'Вакансии', 'ГОЛД КАРД', 'Новости', and 'Статьи'. The location 'г. Киев, Киевская обл.' is displayed in the bottom right corner. The main content area features a large advertisement for 'ПРОМІНВЕСТБАНК' (Prominvestbank) with a 'Gold Club Card' and a '13%* ЕКОНОМІЇ В МЕРЕЖІ «АПТЕКА НИЗЬКИХ ЦІН»' (13%* savings in the network 'Low Price Pharmacy') offer. A sidebar on the right contains a shopping cart summary ('В корзине 0 товаров на сумму 0 грн.'), buttons for 'Удалить заказ' and 'Отправить заказ', and links for 'Карта аптек' and 'Как заказать'. The browser's taskbar at the bottom shows various application icons and the system clock at 20:44.

RU Русский (Россия)

http://www.aptekanizkihcen.ua/ Аптека низких цен

Главная Аптека Низких Цен Контакты Отзывы Аптечная справка онлайн

(044) 393-36-00

АПТЕКА НИЗКИХ ЦЕН

РЕШЕНИЕ БОЛЬШИХ и МАЛЕНЬКИХ ПРОБЛЕМ

Поиск лекарственных средств

Поиск...

Вакансии ГОЛД КАРД Новости Статьи

г. Киев, Киевская обл.

ПРОМІНВЕСТБАНК

до **13%*** ЕКОНОМІЇ В МЕРЕЖІ «АПТЕКА НИЗЬКИХ ЦІН»

ПРОМІНВЕСТБАНК Аптека низких цен

Gold Club Card

5412 7512 3412 3456

Debit MasterCard

09 Апр 2015 «Карта здоровья» с Проминвестбанком

07 Апр 2015 Новости GOLD CLUB

31 Мар 2015 Приостановка выдачи Фидо-карт

17 Мар 2015 Новая аптека во Львове

17 Мар 2015 «Аптека низких цен» в Вышнице

В корзине 0 товаров на сумму 0 грн.

Удалить заказ

Отправить заказ

Карта аптек

Как заказать

Рабочий стол 20:44

Привлечение покупок через интернет ФИДО БАНК ПРОГРАММА

АПТЕКА НИЗЬКИХ ЦІН®

10 грн
вже на карті
після активації

**РІШЕННЯ
ВЕЛИКИХ**

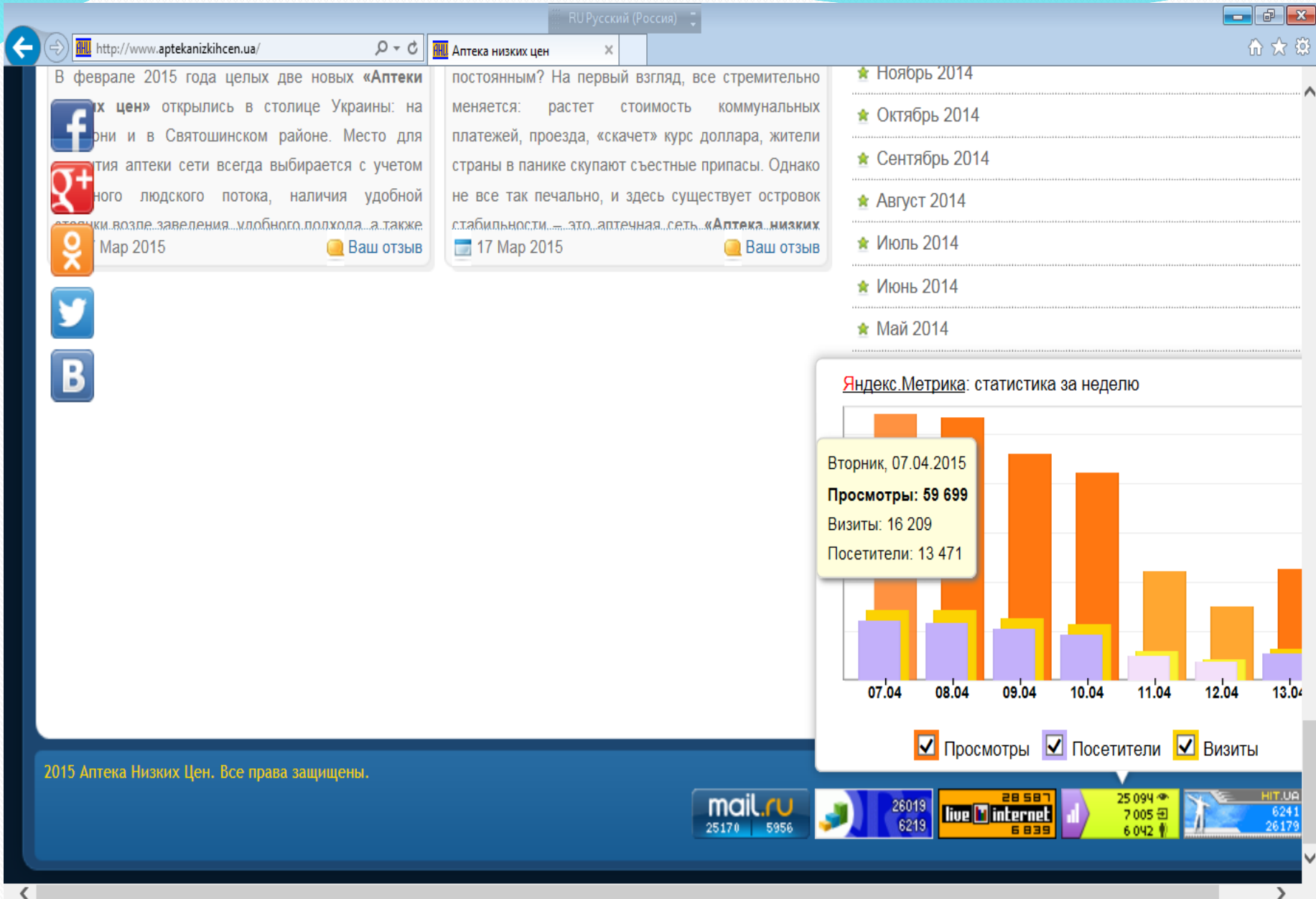
**і МАЛЕНЬКИХ
ПРОБЛЕМ**

+ **1%** бонус
3% суботній бонус

FIDOBANK
Штука
5179 6378 2193 6852
PREPAID CARD
0000000000000000
MasterCard

The advertisement features a blue background with a yellow top border. On the left, a blue MasterCard Prepaid Card is shown with a red speech bubble indicating a 10 UAH discount. The card displays the FIDO BANK logo, the word 'Штука', the card number '5179 6378 2193 6852', and the text 'PREPAID CARD' and '0000000000000000'. To the right, a woman and a child are depicted. The text 'АПТЕКА НИЗЬКИХ ЦІН®' is at the top. Below it, the slogan 'РІШЕННЯ ВЕЛИКИХ і МАЛЕНЬКИХ ПРОБЛЕМ' is written. At the bottom right, a large plus sign is followed by '1% бонус' and '3% суботній бонус'.

Посещаемость сайта





ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА

Холдинг, включающий сеть аптек «Аптека низких цен», «Благодія» и «Копейка», разработал Программу повышения уровня знаний и умений сотрудников первого стола. Для реализации этой Программы создан внутренний сайт, на котором каждые 10 дней размещаются учебные материалы и проводится итоговое тестирование.

Проблема обучения первостольников

- Разное образование – высшее и среднее
- Разный опыт работы и уровень знаний
- Невозможность собрать всех вместе – даже в рамках одной аптеки
- Отсутствие понимания единой А) как общей корпоративной культуры, так и Б) конкретной маркетинговой политики в аптеке (сети)
- Рост потока информации и неготовность сотрудников развиваться
- Неэффективные тренинги от компаний-производителей

Как обучить всех сотрудников 1-го стола сети разговаривать на одном языке ?



Академия Непрерывного Обучения

Информационный портал сети "Аптека Низких Цен" и социальный проект "Аптека "Благодия"

[ГЛАВНАЯ](#)

[КАК ПОЛЬЗОВАТЬСЯ](#)

[КОНТАКТЫ](#)

Вы зарегистрированы как:

Козачук Алена

[Личный кабинет](#)

[Выйти](#)

[Главная](#) » [Личный кабинет](#)

Личный кабинет

[Просмотр](#)

[Редактировать](#)

[Учебный курс](#)

Повышение квалификации

Учебные материалы и тесты созданы для того, чтобы Вы имели возможность ознакомиться с теоретической частью материала, учебными тестами и пройдя итоговое тестирование, увидеть его результат.

[Перейти к обучению](#)

[Запустить итоговое тестирование](#)

Цели обучения первостольников

- Одновременное (в рамках 10 дней) приведение всех сотрудников – *каждый сотрудник в рабочее время знакомится с информацией и отвечает на тесты - к единому знаменателю*
- Информирование об изменениях законодательства
- Информация о маркетинговых акциях в аптеке
- Выявление «лояльных» и «необучаемых»
- Создание адресной базы для поощрения и наказания на доказательной базе
- Создание возможности для информирования сотрудников сети производителем в едином временном отрезке и информационных рамках

**Обучение является обязательным для всех сотрудников.
На протяжении 10 дней сотрудники аптек имеют возможность
ознакомиться с теоретической частью, тренировочными тестами
и пройти итоговое тестирование.**

The screenshot shows a web portal with a dark blue header containing three navigation links: "ГЛАВНАЯ", "КАК ПОЛЬЗОВАТЬСЯ", and "КОНТАКТЫ". On the left side, there is a user profile box for "Козачук Алена" with a "Личный кабинет" link and a green "Выйти" button. The main content area is titled "Материалы курса" and lists four sections of training materials. Each section includes a title, a date, and links to "Учебные материалы" and "Тесты для самопроверки".

ГЛАВНАЯ КАК ПОЛЬЗОВАТЬСЯ КОНТАКТЫ

Вы зарегистрированы как:
Козачук Алена
[Личный кабинет](#)
Выйти

[Главная](#) » [Материалы курса](#)
Материалы курса

Раздел 1 "Нормативно-правовые документы, регламентирующие организацию фармацевтического порядка в аптеке"
З(07.11.14-17.11.14) Закон Украины «О лекарственных средствах», 1996 год
Учебные материалы
[Закон Украины «О лекарственных средствах», 1996 год](#)
Тесты для самопроверки
▪ [Закон Украины «О лекарственных средствах»](#)

Раздел 2 "Нормативно-правовые документы, регламентирующие правила торговли и кассовую дисциплину в аптеке"
З(07.11.14-17.11.14) Постановление КМУ № 833, 2006 год, Основы розничного модуля программы «Euro Pharma»
Учебные материалы
[Постановление КМУ № 833 «Об утверждении Порядка осуществления торговой деятельности и Правил торгового обслуживания на рынке потребительских товаров»](#)
[Основы розничного модуля программы «Euro Pharma»](#)
Тесты для самопроверки
▪ [Торговая деятельность](#)
▪ [программа «Euro Pharma»](#)

Раздел 3 "Фармацевтическая опека"
З(07.11.14-17.11.14) Приказ МЗ Украины № 875 «Об утверждении протоколов провизора (фармацевта)», 2013 год
Учебные материалы
[СИМПТОМАТИЧЕСКОЕ ЛЕЧЕНИЕ БОЛИ В ГОРЛЕ](#)
Тесты для самопроверки
▪ [Симптоматическое лечение боли в горле](#)

Раздел 4 "Практическая фармакология в аптеке"

**После изучения
теории,
сотрудник может
пройти тесты
для самопроверки.**

[1075] Закон Украины «О лекарственных средствах»

Вопрос 1 из 32

Лекарственное средство

К лекарственным средствам относятся

- а) готовые лекарственные средства для приема внутрь
- б) готовые лекарственные средства для наружного применения
- в) продукция "In bulk"
- г) активные фармацевтические ингредиенты
- д) вспомогательные вещества
- е) все ответы верны
- ж) верно все, кроме д)

Неверно! Вы выбрали ответ д) Правильный ответ - ж

Ответить

[1075] Закон Украины «О лекарственных средствах»

Вопрос 1 из 32

Лекарственное средство

К лекарственным средствам относятся

- а) готовые лекарственные средства для приема внутрь
- б) готовые лекарственные средства для наружного применения
- в) продукция "In bulk"
- г) активные фармацевтические ингредиенты
- д) вспомогательные вещества
- е) все ответы верны
- ж) верно все, кроме д)

Верно! Вы выбрали ответ ж

Ответить

СОЦІАЛЬНИЙ ПРОЕКТ

АПТЕКА
Благодія[®]

СОЦІАЛЬНИЙ ПРОЕКТ

АПТЕКА НИЗЬКИХ ЦІН[®]

АПТЕКА

КОПІЙКА

Не все просто и
гладко.
Учиться не любим.

- * Как отнесся к обучению персонал?
Настороженно...
- * 2 месяца ушло на достижение
единого понимания
- * 90 % отвечают
- * Более 70 % - дают правильные ответы

Заключение (1)

Еще не все изучено и внедрено.

- Ресурсов на рынке стало меньше,

НО...

- На есть еще много неизведанного и интересного, что можно применить на практике...
- Особенно во время кризиса...

- Поскольку

КРИЗИС – ЛУЧШИЙ АУДИТОР !!!

Заключение (2)

Основные точки роста сетей на пару лет вперед

- Борьба за пациента обостряется – возникает потребность в более эффективном маркетинге со стороны всех игроков рынка, направленном на измеримые и оцифрованные результаты - **все будут считать деньги**
- **Фокус** – на развитие **современных образовательных программ для первостольников** без отрыва от работы – это недофинансированный инструмент - как потребность со стороны собственников аптек (сетей):

А) унификация профессиональных навыков сотрудников 1-го стола

Б) доказательная оценка работы первостольников (бонусирование – непоощрение)

- так и формирование новых возможностей для предоставления информации от производителей для сотрудников - первостольников

Заключение (3)

Основные точки роста сетей на пару лет вперед

- Объединения как сетей, так и отдельных аптек для получения **более высокого ретробонуса** от фармпроизводителей
- Создание эффективных программы лояльности, влияющие на выбор сетей покупателями. Время собственных мелких **программок лоялочности** заканчивается – нужно объединять усилия как с health care, так и с синергитическими структурами, способными найти совместный интерес. Программы должны быть реально интересными и значимыми для ЦГ.

**Спасибо за
внимание !**

