

СЕМИНАР «СТАНДАРТ ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ, КАК СОВОКУПНОСТЬ ТЕХНИК ПРОДАЖ»

Liso✓*skiyP.com*

Август 2014

СЕМИНАР «СТАНДАРТ ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ, КАК СОВОКУПНОСТЬ ТЕХНИК ПРОДАЖ»

В рамках семинара будут представлены основные принципы эффективной аптечной продажи. Рассматривается, чем является стандарт обслуживания покупателей, и что часто за него ошибочно принимают. Показано, почему работа фармацевта является продолжением финансовой политики аптечной сети, как организация других бизнес процессов влияет на фармрекомендацию. Представлены потенциальные возможности увеличения товарооборота и валовой прибыли аптечной сети путем использования фармацевтами простых техник продаж.

Также рассматриваются основные ошибки, допускаемые как руководителями аптечной сети при разработке стандарта обслуживания, так и фармацевтами при его исполнении. Представлена логика и порядок внедрения стандарта обслуживания покупателей.

КРАТКИЙ ПЛАН СЕМИНАРА:

1. Общие положения, для чего аптеке нужен стандарт обслуживания;
2. Принципы терапевтических групп и унификации фармацевтической рекомендаций, как метод увеличения прибыльности аптечной сети:
 - a. Какие товары рекомендовать в первую очередь?
 - b. Кто и что определяет фармацевтическую рекомендацию?
3. Стандарт обслуживания как **продолжение финансовой политики аптечной сети**;
4. Техники продаж, используемые в аптеках. Их преимущества и недостатки;
5. Основные ошибки, допускаемые фармацевтами при продаже и рекомендации лекарственных препаратов:
 - a. Какие вопросы обязательно следует задать клиенту, а какие спрашивать не стоит?
 - b. Самые неэффективные слова в аптеке;
6. Простая **аптечная техника продаж**:
 - a. Оптимальная фармацевтическая рекомендация;
 - b. Как работать с ценой, как продавать самые прибыльные товары?
 - c. Техника побуждения покупателя совершить покупку;
 - d. Методы увеличения рыночной власти фармацевта;
 - e. Как правильно внедрять продажу дополнительных товаров? Техника «терапевтическая цепочка – терапевтическая сеть»;
 - f. Слова, побуждающие к покупке;

7. Общие положения стандарта обслуживания:
 - a. Как правильно приветствовать клиента?
 - b. Техника маркеров базовой цены терапии;
 - c. Техника «Правильный выбор покупателя»;
8. Другие положения стандарта обслуживания:
 - a. Работа с возражениями; почему возникают возражения, нужно ли отрабатывать каждое возражение?
 - b. Самые частые возражения в аптеках;
 - c. Работа с проблемными клиентами: техника «Бюрократ», техника «Посей сомнение»;
 - d. Несколько техник по эффективной работе с очередью;
9. Технология поэтапного внедрения стандарта обслуживания в аптечной сети;
 - a. Разработка и определение контрольных точек;
 - b. Как правильно и как часто использовать такие инструменты как: оценочный лист аптеки/фармацевта, тайный покупатель?
10. Общие положения системы управления персоналом, обеспечивающие выполнение стандарта обслуживания покупателей;
11. Основы системы мотивации и оплаты труда, побуждающие фармацевтов эффективно выполнять стандарт обслуживания покупателей;
12. Как правильно использовать (настроить) программное обеспечение, чтобы оно являлось единым информационным контуром, обеспечивающим эффективное выполнение стандарта обслуживания;
13. Кейсы и практические задания.

ОБ АВТОРЕ

Павел Лисовский – Управляющий Партнёр «Проектирование систем управления», консультант по увеличению прибыльности аптечного бизнеса.

Окончил Санкт-Петербургскую химико-фармацевтическую академию и Санкт-Петербургский инженерно-экономический университет (факультет региональной экономики), кандидат экономических наук.

Павел Лисовский руководил более полусотней проектов по увеличению прибыльности компаний работающих в фармацевтической сфере (аптечных сетей, фарм-производителей, дистрибьюторов) в различных регионах России, Украины, Казахстана, Узбекистана, Беларуси; провёл более 500 тренингов, семинаров, презентаций, в кото-

рых приняли участие более десяти тысяч человек. Также у Павла Лисовского большой опыт сотрудничества с FMCG ритейлом.

СРЕДИ КЛИЕНТОВ, ТАКИЕ КОМПАНИИ КАК:

- **Фармпроизводители:** Novartis, Abbott, Egis, Gedeon Richter, Bella-tzmo, MSD, Takeda, Pfizer;
- **Фармдистрибьюторы:** Катрен, Oriola, Протек;
- **Исследовательские компании:** Synovate Comcon, DSM group, IMS Health;
- **Крупнейшие аптечные сети:** Вита (Поволжье), Ладушка, Казанские аптеки, Имплотия, Хабаровская Фармация, Лора Плюс (Краснодарский край), Ульяновская Фармация, Юмитекс (Башкирия), Uncia (Донецк), Витафарм (Поволжье), Домфарма, Петрофарм 2000 (Карелия), Уралнет, Бердская аптечная сеть, СП-Фарм, Архангельская Фармация, Вита-плюс (Ставропольский Край), МК-Компани, Валета (Екатеринбург), Сибирский Лекарь и многие другие.

В фармацевтическом бизнесе с 2004 года, автор или соавтор более 60 работ по актуальным вопросам развития аптечного рынка России, автор книги «14 глав об увеличении прибыльности аптечного бизнеса».

СТОИМОСТЬ И ФОРМАТ ТРЕНИНГА

Тренинг проводится в нескольких форматах:

1. Однодневный тренинг в малой группе (до 10 участников) – **90.000** руб.;
2. Однодневный семинар (до 25 участников) – **99.000** руб.;
3. Однодневный семинар (до 50 участников) – **120.000** руб.;



Павел ЛИСОВСКИЙ, к.э.н.

Член РАФМ

Проектирование систем управления.

Повышение прибыльности бизнеса.

тел. +79062268109

www: <http://LisovskiyP.com>

email: Pavel@LisovskiyP.com