

ЭФФЕКТИВНАЯ РАБОТА ДИСТРИБЬЮТОРА НА НЕСТАБИЛЬНОМ АПТЕЧНОМ РЫНКЕ

Тренинг для сотрудников фармдистрибьютора

СИНОПСИС КУРСА

Курс посвящен разработке и построению эффективной модели взаимодействия фармдистрибьютора и аптечных сетей. Основной идеей курса является то, что понимание особенностей аптечного бизнеса, организации основных бизнес процессов аптечной сети и логики функционирования системы товародвижения, позволяет фармдистрибьютору построить систему дифференцированных условий сотрудничества, что позволит, продвигая коммерческие программы взаимодействия, увеличивая прибыльность каждой торговой операций как у аптечной сети, так и у фармдистрибьютора.

Курс состоит из нескольких взаимосвязанных блоков, в которых рассматриваются аптека как экономическая система, особенности организации аптечного бизнеса и возможности фармдистрибьютора повлиять на прибыльность торговых операций. Представлена модель партнёрской работы с аптеками.

АВТОР И ВЕДУЩИЙ КУРСА

Лисовский Павел Андреевич – Управляющий Партнёр компании «Проектирование систем управления» (www.LisovskiyP.com)

- консультант по увеличению прибыльности аптечного бизнеса;
- действительный участник Российской Ассоциации Фармацевтического Маркетинга (РАФМ);
- Автор и ведущий курса в Школе Фармацевтического Маркетинга (Ipsos Comcon);
- Кандидат экономических наук;
- Ведущий экономист-эксперт на Российском фармацевтическом рынке.

Окончил Санкт-Петербургскую Химико-Фармацевтическую Академию и Санкт-Петербургский Инженерно-Экономический Университет (факультет региональной экономики), кандидат экономических наук.

Создал Компанию «Проектирование систем управления», которая работает с фармпроизводителями, фармдистрибьюторами, аптечными сетями России и стран СНГ и занимается тем, что разрабатывает экономические модели взаимодействия для различных субъектов фармацевтического рынка, эти модели внедряются для увеличения прибыльности операций, каждого из участников.

Павел Лисовский руководил более сотней проектов по увеличению прибыльности компаний работающих в фармацевтической сфере (аптечных сетей, фармпроизводителей, дистрибьюторов) в различных регионах России, Украины, Казах-

стана, Узбекистана, Беларуси; провёл более 1.000 тренингов, семинаров, презентаций, в которых приняли участие более десяти тысяч человек.

СРЕДИ КЛИЕНТОВ, ТАКИЕ КОМПАНИИ КАК:

- **Фармпроизводители:** Novartis, Abbott, Egis, Gedeon Richter, Bella-tzmo, Takeda, MSD, Polfarma, Pfizer, OTCPharm, Bayer, Servier, Actavis, Biotehnos, Merz, Sandoz, Акрихин, Dr. Reddy's, Teva.
- **Фармдистрибьюторы:** Протек, Oriola, Катрен;
- **Исследовательские компании:** Synovate Comcon, DSM group, IMS Health;
- **Крупнейшие аптечные сети:** Фармакопейка (Сибирь), Аптека от Склада (Партнёрство Годовалов и Шаврин), Вита (Поволжье), Ладушка, Казанские аптеки, Имплюзия, Аптечные Традиции (Курская область), Хабаровская Фармация, Лора Плюс (Краснодарский край), Юг Фарма, Невис (СЗФО), Опека, Аптечный Центр, Братская Фармация, Ульяновская Фармация, Юमितекс (Башкирия), Unсia (Донецк), Витафарм (Поволжье), Домфарма, Петрофарм 2000 (Карелия), Уралнет, Бердская аптечная сеть, СП-Фарм, Архангельская Фармация, Вита-плюс (Ставропольский Край), Витафарм, Вита Норд, МК-Компани, Валета (Екатеринбург), Сибирский Лекарь, Губернские Аптеки (Красноярский Край) и многие другие.

В фармацевтическом бизнесе с 2004 года, автор или соавтор более 70 работ по актуальным вопросам развития аптечного рынка России, автор сайта, посвященному увеличению прибыльности бизнеса www.LisovskiyP.com. Автор книги [«15 глав об увеличении прибыльности аптечного бизнеса»](#).

ПРОГРАММА СЕМИНАРА

ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1. Вступление. Проблемы построения партнёрского взаимодействия с АС:
 - a. Рыночная сила и изменение баланса;
 - b. Ключевые проблемы: говорим на разных языках, наличие разных целей, ограниченный набор эффективных экономически обоснованных инструментов взаимодействия, недостаточный профессионализм с обеих сторон;
 - c. Какие задачи будут поставлены и решены в ходе тренинга.

I. ПРИНЦИП СИСТЕМНОЙ РАБОТЫ ДИСТРИБЬЮТОРА С АПТЕЧНЫМИ СЕТЯМИ

1. Как зарабатывает аптечная сеть?
2. Роль дистрибьютора в доходах аптечной сети;
3. Типы аптечных сетей по источникам доходов;
4. Как увеличить прибыльность аптечного бизнеса? Как дистрибьютор влияет на прибыльность аптечной сети;
5. Определение возможности аптечной сети использовать инструменты увеличения доходности, предлагаемые фармдистрибьютором.
6. Аптечная сеть как экономическая система, что нужно знать дистрибьютору об аптечной сети?
 - a. Основные финансово-организационные показатели аптечной сети;
 - b. Структура доходов аптечной сети, роль фармдистрибьютора в формировании чистой прибыли в аптечном бизнесе;
 - c. Таблица основные показатели аптечной сети;
 - d. Кейс: Взаимосвязь основных финансовых показателей;
 - e. Ключевые вопросы оценки эффективности системы сбора информации в аптечной сети и значимость этого процесса для дистрибьютора;
7. Косвенные первичные признаки трудного финансового состояния сети. Как заранее определить сеть, которая не сможет платить?

II. ЭКСПРЕСС ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ АПТЕЧНЫМ БИЗНЕСОМ. ВЗГЛЯД НА АПТЕЧНУЮ СЕТЬ ИЗНУТРИ

8. Что такое процесс? Что такое система? Когда бизнес система работает эффективно?
9. Как эффективно организовать процесс в аптечной сети. **Принцип Стандартизация <-> Централизация.**
10. Показатели эффективности процесса формирования ассортимента в аптечной сети:
 - a. Что снижает эффективность процесса формирования ассортимента?
 - b. Оценка эффективности процедуры формирования ассортиментной матрицы;
 - c. Экспресс оценка аптечного категорийного менеджмента и кластерного анализа;
 - d. Оценка взаимодействия отдела, ответственного за работу с back-маржой и отдела формирования ассортимента;
 - e. Оценка эффективности процедуры заказа товара;
 - f. Модели автозаказа. Как «победить» автозаказ?
11. Показатели эффективности процесса ценообразования аптечной сети:
 - a. Что и на сколько снижает эффективность процесса ценообразования?
 - b. Оценка степени дифференциации при ценообразовании;
 - c. Оценка матрицы ценообразования и средней реализованной наценки;
 - d. Показатели эффективности дисконтной программы;
 - e. Оценка эффективности методов дооценки и переоценки?
 - f. Определение способности сети управлять собственной доходностью.
12. Показатели эффективности процесса управления продажами, **как продолжения финансовой политики аптечной сети;**
 - a. Оценка стандарта обслуживания покупателей;
 - b. Оценка управляемости персонала;
 - c. Показатели эффективности фармацевта;
13. Экспресс оценка системы оплаты труда в аптечной сети;
14. Экспресс оценка программного обеспечения (ПО). Минимальные требования к ПО;
15. Как получить актуальные цифры из аптек? И как определить потенциал аптечной сети?

III. КОНКУРЕНЦИЯ НА ДИСТРИБЬЮТОРСКОМ РЫНКЕ. ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ СПОСОБЫ ПОВЫШЕНИЯ ЛОЯЛЬНОСТИ АПТЕЧНЫХ СЕТЕЙ

16. Какие условия предлагать разным сетям? Типы аптечных сетей по каким критериям проводить классификацию?
17. Концепция «калькулятора» условий фармдистрибьютора;
18. Как парировать логику «чем ниже цена у дистрибьютора, тем выше доход аптечной сети»?
 - a. Как показать сети, что она теряет деньги (в том числе работая с конкурентом);
19. Принцип работы программ «сводного заказа» в сетях:
 - a. Как сделать «сводник» своим союзником?
 - b. Как показать сети, что её «сводник» работает против её интересов?
20. Способы продавать выше рынка:
 - a. Определение прозрачности товаропроводящей цепочки;
 - b. Принцип биржевой торговли и конкуренции, сток фактор;
 - c. Принцип защищённой маржи в товаропроводящей цепочке, как дистрибьютор может увеличить доходность собственных коммерческих операций и операций в сетях?
 - d. Эффективная работа с товарами с «коротким» сроком годности;
21. Конкуренция на дистрибьюторском рынке. Как выглядеть лучше конкурентов в глазах сети:
 - a. Принципы неконкурентного взаимодействия;
 - b. Ценовые волны и их влияние на доходность дистрибьютора, сети;
 - c. Как запутать конкурентов?
 - d. Как эффективно продемонстрировать эффективность своего дистрибьютора в сравнение с конкурентами (неценовые преимущества);
22. Партнёрские программы фармдистрибьютора (описание существующих у дистрибьютора программ и кейсы по их продажам):

1. Без разработки решений:

- Однодневный семинар без разработки решений (до 20-25 человек): **150.000 руб.;**
- Однодневный семинар для большой группы (более 25 человек): **190.000 руб.;**
- Однодневный семинар с разработкой кейсов: **230.000 руб.**

2. С разработкой решений:

- Практический двухдневный семинар: **290.000 руб.;**
- Практический двух-(трёх) дневный семинар с разработкой кейсов и методических рекомендаций. Проводится с аттестацией и выдачей сертификатов: **350.000 руб.**

Разработка практического решения предполагает подготовку и разработку кейсов на примере препаратов фармпроизводителя. Далее в ходе семинара участников разделяют на несколько групп и они совместно с тренером решают кейсы, т.о. слушатели «уносят» с тренинга не только знания об экономических технологиях, но и готовые решения по продвижению портфеля фармпроизводителя в аптеках.

Павел ЛИСОВСКИЙ, к.э.н.

Управляющий Партнёр "Проектирование систем управления".

Консультант по увеличению прибыльности бизнеса

Действительный участник РАФМ

Звоните: **+7 (906) 226-81-09**

Пишите: Pavel@LisovskiyP.com

Изучайте: <http://LisovskiyP.com> – технологии увеличения прибыльности вашего бизнеса

[Увеличиваем прибыльность аптечных сетей](#) | | [Повышаем эффективность фармкомпаний](#) |
[Обучаем персонал](#) | | [Делимся знаниями](#)

Подписывайтесь на обновления в соцсетях:



Liso✓*skiyP.com*