

# Предложение об участии в издании книги

---

## **Прибыльный аптечный бизнес.**

*как организовать процессы, мотивировать персонал, управлять продажами.*

*Настольная книга руководителя аптечной сети*

**Liso**✓**skiyP.com**

# Общее описание проекта

## 1. Название и краткое описание книги

### **Прибыльный аптечный бизнес.**

*Как организовать процессы, мотивировать персонал и управлять продажами  
Настольная книга руководителя аптечной сети.*

Автор: Павел Лисовский,  
под редакцией: Германа Иноземцева.

В книге будут представлены:

- экономические технологии увеличения доходности аптечного бизнес;
- пути выхода из ценовой конкуренции;
- поэтапный порядок оптимизации основных процессов от формирования ассортимента до управления фармконсультацией.

### **Объем книги:**

330.000 - 380.000 знаков (примерно равно 220-250 страницам) 65 таблиц и более 30 рисунков, более 30 экономических кейсов.

*Содержание книги Вы можете посмотреть в файле [Оглавление.pdf](#)*

**Тираж:** 10.000 экземпляров.

## 2. Целевая аудитория

Руководители, собственники, ТОП менеджмент аптечных сетей, т.е. всех тех, кто так или иначе влияет на формирование ассортиментной матрицы и продажи в аптечных сетях.

### 3. Опыт продажи предыдущей книги

Предыдущая книга «15 глав об увеличении прибыльности аптечного бизнеса» была издана в издательстве «Катрен-Стиль» в 2014 году тиражом 5.000 экземпляров. Весь тираж разошёлся за 1,5 месяца!

Дополнительный тираж в 5.000 экземпляров был издан в Казахстане (продавался также и в России).

### 4. Дистрибьюция и рекламная поддержка

Книга будет опубликована в издательстве «Бионика Медиа» («Фармацевтический Вестник»).

Дистрибьюция книги будет обеспечена следующим образом:

1. Все ключевые интернет-магазины страны: Ozon.ru, Республика, Лабиринт;
2. Все отраслевые конференции и выставки;
3. Прямая адресная доставка.

#### **Рекламная поддержка:**

1. Газета «Фармацевтический Вестник». Реклама самой книги + информация о рекламных спонсорах;
2. Сайт «Фармацевтический Вестник».
3. Рассылка «Фармацевтического Вестника»
4. Присутствие на всех отраслевых конференциях;
5. Реклама на сайте LisovskiyP.com и на всех социальных площадках

## 5. Рекламные ВОЗМОЖНОСТИ КНИГИ

Помимо классических рекламных возможностей книги (вкладок, врезок с логотипами и описанием препаратов), мы предлагаем уникальные рекламные подходы: настоящий экономический продакт-плейсмент и современные коммерческие способы.

**Мы сможем показать аптечной сети почему и насколько выгодно работать с вашей компанией:**



Классические:

- Оформление обложек, вкладок, разделов логотипами, врезками о компании и т.п.;
- Описание препаратов;
- Визитная карточка компании и т.д.



Дополнительные:

- Комментарии «Как действует наша компания»/«Особое мнение» по темам глав от руководителей компании. В которых вы сможете рассказать, как действует ваша компания в ситуациях подобных описанным в книге. Какие это приносит результаты, как на это реагирует рынок, аптечные сети, покупатели.



Современные коммерческие:

- Коммерческие условия взаимодействия. Давайте вместе правильно, экономически опишем формулу работы вашей компании с аптечным сегментом. Покажем, как можно аптечной сети выгодно работать с вашей компанией.
- Описание ваших кейсов, промо-мероприятий, акций (какие захотите!) с результатами работы.



Кейсы и экономический продакт-плейсмент:

Экономические кейсы на препаратах вашей компании внутри глав! Мы постарались, чтобы в книге было как можно больше живых примеров из аптек на реальных препаратах.

В книге описано множество экономических технологий: аптечный категорийный менеджмент, формирование ассортиментной матрицы, формирование товарных категорий, адаптивное ценообразование, терапевтические цепочки, технологии управления продажами и т.д.

## Рекламные возможности книги

Все эти технологии будут приведены на препаратах и в товарных группах рекламодателей, так, что читателю будет абсолютно очевидно, почему его аптечной сети выгодно продавать эти препараты/сотрудничать с вашей компанией.

Такие примеры будут использованы не только в текстовом виде, но и дополнительно в виде картинок, вставок, таблиц, «принтскринов» программного обеспечения, в инфографиках и т.п. Во всех элементах привлекающих внимание читателей.

*Пример одного из кейсов*

Наименование	Шт	ТО	ВП	Цена Розничная	Прибыль с упаковки	баск маржа	Общая прибыль с упаковки	Статус товара
Гастрофарм таб 1,0 + № 9	169	12 439,00	3 548,54	73,60	21,00		21,00	на вывод
Иммунитет актив таб 4,0 мг № 9	289	35 894,00	8 293,99	124,27	28,72	3,00	31,72	
Иммунитет актив таб № 9	3	377,50	60,53	125,83	20,18		20,18	на вывод
Гастро таб № 12	1 115	156 506,00	20 532,69	140,36	18,41	1,05	19,46	кандидаты в замедление
Гастрофарм таб № 12	53	7 821,00	1 355,02	147,57	25,57		25,57	на вывод
Гастрофарм таб № 12	1 122	166 778,50	74 663,13	148,64	66,54	1,45	67,99	приоритет
Иммунитет таб № 9	294	44 629,00	8 901,04	151,80	30,28		30,28	
Иммунитет таб № 9	19	2 928,50	1 109,81	154,13	58,41		58,41	на вывод
Иммунитет таб № 9	394	62 921,50	10 981,59	159,90	27,91	7,00	34,91	
Иммунитет таб № 9	2 035	330 319,80	15 745,19	162,32	7,74	1,05	8,79	отрицательный лидер
Иммунитет таб № 9	752	124 326,40	21 698,70	165,33	28,85		28,85	кандидаты в приоритеты
Гастрофарм таб № 12	653	108 353,70	18 532,56	165,93	28,38		28,38	
Иммунитет таб № 12 + дополнительные материалы	198	33 288,30	7 646,87	168,12	38,62		38,62	
Иммунитет таб № 12 + дополнительные материалы	638	108 192,80	24 976,61	169,58	39,15	3,54	42,69	
Иммунитет таб № 12 + дополнительные материалы	1 078	184 196,50	42 507,21	170,87	39,43	3,54	42,97	кандидаты в приоритеты
Иммунитет таб № 12 + дополнительные материалы	24	4 548,50	795,72	189,52	33,16	7,00	40,16	на вывод
Иммунитет таб № 9	2 677	510 472,40	24 219,92	190,69	9,05	1,05	10,10	отрицательный лидер

## Типы рекламных сообщений

1. Контекстная реклама;
2. Реклама в визуальных примерах (рисунках, диаграммах, схемах);
3. Реклама в таблицах с экономическими кейсами;
4. Отдельные специальные экономические кейсы под конкретные задачи;
5. Раздел с кейсами на препаратах вашей компании;

### I. Контекстная реклама

Простая контекстная реклама для препарата может выглядеть следующим образом:

1. Просто упоминание препарата (см. Пример 1 в «Примеры кейсов»);
2. Упоминание препарата и ссылка на его экономические характеристики (см. Пример 2);
3. Пример на препарате (упоминание), ссылка на его экономические характеристики, ссылка на кейс(ы) в других главах книги + QR-код. (см. Пример 2.)

Пояснения:

Что такое «ссылка на экономические характеристики препарата»?

Помимо упоминания препарата, мы приводим экономическую статистику (NB! не путать с аналитикой!) о том, что препарат в своей товарной категории относится к такой-то экономической группе и обеспечивает доходность в своем ценовом сегменте выше на x%, чем все другие товары, т.е. его продавать/рекомендовать выгоднее, чем другие позиции (читай конкуренты) в этой товарной категории. Или мы показываем, что товар самый продаваемый, или

## Рекламные возможности книги

что он обладает большим экономическим потенциалом при выполнении таких-то условий и т.д.

**QR-код** – это ссылка на статическую интернет-страницу, на которую читатель попадает при наведении камеры смартфона, на этой странице читатель сможет подробно посмотреть наш кейс, например, увеличить или сохранить таблицу/картинку.

### Характеристики:

Количество рекламных мест в книге: Около 50 мест размещения

### Стоимость:

1. Простая контекстная реклама (упоминание препарата):
  - 1 место – 30.000 руб.,
  - 5 мест – 100.000 руб.,
  - 10 мест – 150.000 руб.
2. Упоминание препарата и ссылка на его экономические характеристики:
  - 5 мест – 130.000 руб.,
  - 10 мест – 180.000 руб.
3. Пример на препарате (упоминание), ссылка на его экономические характеристики, ссылка на кейс(ы) в других главах книги + QR-код:
  - бесплатно при покупке более 3 экономических кейсов (см. раздел III).

## II. Реклама в визуальных примерах (рисунках, диаграммах, схемах)

Чтобы лучше пояснить и выделить ключевые моменты, в книге будут использованы: таблицы, картинки, диаграммы и схемы. Во всех этих визуальных примерах будут использованы названия препаратов (там где это уместно). Чем это лучше простой контекстной рекламы? Тем, что визуальные образы лучше запоминаются читателям.

Варианты визуальной контекстной рекламы:

1. Просто упоминание препарата в таблице, схеме, диаграмме, рисунке (см. Пример 3.);
2. Визуальное упоминание препарата и ссылка на его экономические характеристики (см. Пример 2. и Пример 4);
3. Визуальный пример на препарате (упоминание), ссылка на его экономические характеристики, ссылка на кейс(ы) в других главах книги + QR-код. (см. Пример 2. И Пример 4)
4. Специальный визуальный пример разработанный под конкретный индивидуальный запрос компании.

### Характеристики:

Количество рекламных мест в книге: Около 30 мест размещения

## Рекламные возможности книги

### Стоимость:

1. Простое упоминание препарата в таблице, схеме, диаграмме, рисунке:
  - 1 место – 50.000 руб.,
  - 3 места – 100.000 руб.,
  - 5 мест – 150.000 руб.
2. Визуальное упоминание препарата и ссылка на его экономические характеристики:
  - 3 места – 130.000 руб.,
  - 5 мест – 180.000 руб.
3. Визуальный пример на препарате, ссылка на его экономические характеристики, ссылка на кейс(ы) в других главах книги + QR-код;
  - а. бесплатно при покупке 5 экономических кейсов (см. раздел III).
4. Специальный визуальный пример разработанный под конкретный индивидуальный запрос компании: индивидуально от 100.000 руб.

### III. Реклама в таблицах с экономическими кейсами

Для иллюстрации эффективности и пояснения экономических технологий в книге приведено большое количество экономических кейсов. Суть этих кейсов сводится к тому, как настроить работу того или иного процесса, чтобы заработать больше. Эти кейсы показаны для отдельных препаратов, товарных категорий, кластеров МНН.

Заготовок для кейсов больше 30! Для совершенно разных типов препаратов, и в разном контексте, вот некоторые из них:

1. Продажа **«Препарата Компании»** увеличивает доходность товарной категории, а фокусирование на продажах конкурентов приводит к снижению доходности (все примеры с цифрами);
2. Что нужно сделать сотрудникам аптечной сети, чтобы увеличить доходность товарной категории, в которую входит **«Препарата Компании»**;
3. В товарной категории есть конкурент, который занимает большую долю в упаковках, в кейсе может быть показано, что выгоднее переключать с конкурентов на **«Препарат Компании»**;
4. Если **«Препарат Компании»** относится к категории С и поэтому его не хочет брать в ассортимент аптечная сеть, кейс покажет, в каком случае всё-таки аптечной сети стоит взять **«Препарат Компании»**;
5. Ввод новинки. Как аргументировать выгоду **«Препарата Компании»**.

### Характеристики:

Количество рекламных мест в книге: Около 30 мест размещения

### Стоимость:

1. Разработка экономического кейса (авторская на материалах заказчика) – 150 тыс. руб.
2. Разработка экономического кейса (авторская на материалах автора) – 190 тыс. руб.

### IV. Отдельные специальные кейсы

В книге приведены примеры неверных действий аптечных сетей. Эти примеры также представлены как кейсы, но с отрицательными результатами. Идея их следующая: есть распространённая идея на рынке (например, об эффективности акции «Стоп цена»), сотрудники аптечной сети её реализуют и получают отрицательные результаты.

Эти отрицательные кейсы можно использовать в качестве предостережения аптечных сетей о том, чтобы они не допускали таких ошибок с **«Препаратами Компании»**.

Какие это могут быть ошибки/отрицательные кейсы:

1. Неправильное применение акции «Стоп цена», когда «убивают» доходность **«Препарата Компании»** и доходность товарной категории, а потом еще требуют компенсации у фармпроизводителя;
2. Необоснованное снижение/увеличение цены на **«Препарат Компании»**.
3. Фокусирование на бэк-марже. Конкурент, занимающий мизерную долю платит большую бэк-маржу и сотрудники аптечной сети ошибочно переключают на него продажи;
4. Фокусирование на бэк-марже. Если за товар не платят, сети не включают его в ассортимент. Достаточно грубая ошибка если товар сам по себе прибыльный.
5. Попытка замены на более прибыльные препараты конкурентов в товарной категории с высокой степенью дифференциации (т.е. когда покупателя возможно, но трудно переключить на другой товар).
6. Примеры использования неправильных показателей и как следствия неправильных выводов (напр. «приведённая маржа», «% бэк-маржи в товарообороте» и т.д.).

Примеров может быть гораздо больше.

### V. Отдельные специальные кейсы

В конце главы включаем приложение, в котором приводим кейсы с препаратами вашей компании с разбором каждого кейса.

Кейсами могут служить любые примеры, приведенные в файле «Примеры экономических кейсов».

Стоимость:

- + 100.000 руб. к стоимости разработки кейсов (см. раздел III).
- От 7 кейсов бесплатно.

## 6. Коммерческие условия

### Если брать рекламные модули по отдельности:

1. Классическая реклама:
  - a. Лого на 1-ой обложке: 450 тыс. руб.;
  - b. Лого на 4-ой обложке: 350 тыс. руб.;
  - c. Лого в разделах: 100 тыс. руб./шт.;
2. Дополнительные:
  - a. Комментарии «как действует наша компания»: 200 тыс. руб.
3. Современные коммерческие:
  - a. описание коммерческих условий работы с аптечными сетями: 200 тыс. руб.;
  - b. описание кейсов, промо-акций с результатами работы: 200 тыс. руб.
4. Простая контекстная реклама (упоминание препарата):
  - a. 1 место – 30 тыс. руб., 5 мест – 100 тыс. руб., 10 мест – 150 тыс. руб.
5. Упоминание препарата и ссылка на его экономические характеристики:
  - a. 5 мест – 130.000 руб., 10 мест – 180.000 руб.
6. Визуальная реклама
  - a. 1 место – 50.000 руб., 3 места – 100.000 руб., 5 мест – 150.000 руб.
7. Визуальное упоминание препарата и ссылка на его экономические характеристики: 3 места – 130.000 руб., 5 мест – 180.000 руб.
8. Экономические кейсы и экономический продакт-плейсмент внутри глав:
  - a. Разработка авторского экономического кейса (на материалах заказчика) – 150 тыс. руб.
  - b. Разработка авторского экономического кейса на материалах автора) – 190 тыс. руб.

### Стоимость рекламных пакетов

№	Контекстное сообщение	Визуальное сообщение	Экономические кейсы	Стоимость
1	5 мест	3 места	3 кейсов	490 тыс. руб.
2	10 мест	5 места	5 кейсов	820 тыс. руб.
3	15 мест	7 мест	7 кейсов + приложение*	990 тыс. руб.
4	20 мест	10 места	10 кейсов**	1 300 тыс. руб.
5	Все места	Все места	Все кейсы***	1 800 тыс. руб.

\* В конце главы дополнительное Приложение со всеми кейсами компании

\*\* Пакет «Два рекламных партнёра»

\*\*\* Пакет «Эксклюзивный партнёр».

## 6. Коммерческие условия

### Пакет «Несколько рекламных партнёров»

1. Рекламный пакет контекстной, визуальной рекламы и кейсов №3;
2. Отдельное приложение в книге с кейсами компании;
3. Классическая реклама: 7 лого в разделах, визитная карточка компании 1 полоса;
4. Дополнительные: 2 комментария «Как действует наша компания» / «Особое мнение»;
5. 100 экземпляров книги бесплатно;

**Стоимость:** 990 тыс. руб.

### Пакет «Два рекламных партнёра»

1. Рекламный пакет контекстной, визуальной рекламы и кейсов №4;
2. Отдельное приложение в книге с кейсами компании;
3. Классическая реклама: лого на 4-ой обложке, 10 лого в разделах, визитная карточка компании 1 полоса;
4. Дополнительные: 2 комментария «Как действует наша компания» / «Особое мнение»;
5. Современные коммерческие: 1 описание коммерческих условий работы с аптечными сетями либо 1 описание кейса, промо-мероприятий, акций с результатами работы;
6. 150 экземпляров книги бесплатно.

**Стоимость:** 1 300 тыс. руб.

### Пакет «Один эксклюзивный партнёр»

1. Рекламный пакет контекстной, визуальной рекламы и кейсов №5 (все кейсы);
2. Отдельное приложение в книге с кейсами компании;
3. Классическая реклама: лого на 4-ой обложке, 20 лого в разделах, визитная карточка компании 2 полосы;
4. Дополнительные: 4 комментария «Как действует наша компания» / «Особое мнение»;
5. Современные коммерческие: 1 описание коммерческих условий работы с аптечными сетями и 1 описание кейса, промо-мероприятий, акций с результатами работы.
6. 200 экземпляров книги бесплатно.

**Стоимость:** 1 800 тыс. руб.



“

**Мы разрабатываем научные подходы управления аптечным и фармбизнесом. Консультируем руководителей компаний, помогая им решать их стратегические задачи, внедрять эффективную систему управления и увеличивать прибыльность бизнеса.**

## Об авторе

### **Лисовский Павел Андреевич**

Управляющий Партнёр компании “Проектирование систем управления” ([www.LisovskiyP.com](http://www.LisovskiyP.com))

- Консультант по увеличению прибыльности фармбизнеса
- 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, кандидат экономических наук.

Создал Компанию «Проектирование систем управления», которая работает с фармпроизводителями, фармдистрибьюторами, аптечными сетями России и стран СНГ и занимается тем, что внедряет экономические модели увеличения прибыльности операций, каждого из участников фармрынка.

Павел Лисовский руководил более сотней проектов по увеличению прибыльности компаний,

работающих в фармацевтической сфере (аптечных сетей, фармпроизводителей, дистрибьюторов) в различных регионах России, Украины, Казахстана, Узбекистана, Беларуси; провёл более 1.000 тренингов, семинаров, презентаций, в которых приняли участие более десяти тысяч человек.

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

Консалтинговая группа Павла Лисовского

## СТРАТЕГИЯ РАБОТЫ ФАРМПРОИЗВОДИТЕЛЯ С АПТЕЧНЫМ РЫНКОМ

- ▶ Оптимизация стратегии работы фармпроизводителя с аптечными сетями;
- ▶ Разработка и диагностика коммерческой и кредитной политики;
- ▶ Подготовка деловой части цикловых конференций;
- ▶ Обучение коммерческого персонала.

Liso✓skiyP.com

УВЕЛИЧИВАЕМ ПРИБЫЛЬНОСТЬ АПТЕЧНЫХ СЕТЕЙ || ПОВЫШАЕМ ПРИБЫЛЬНОСТЬ ФАРМКОМПАНИЙ  
ОБУЧАЕМ ПЕРСОНАЛ || ДЕЛИМСЯ ЗНАНИЯМИ

**Павел ЛИСОВСКИЙ, к.э.н.**

Управляющий Партнёр "Проектирование систем управления".  
Консультант по увеличению прибыльности бизнеса  
Действительный участник РАФМ

Увеличиваем прибыльность аптечных сетей || Повышаем эффективность фармкомпаний  
Обучаем персонал || Делимся знаниями

---

Звоните: +7 (906) 226-81-09  
Пишите: Pavel@LisovskiyP.com  
Изучайте: <http://LisovskiyP.com> – технологии  
увеличения прибыльности вашего бизнеса

Liso✓skiyP.com