

Экономическое планирование, как залог успешного лонча ОТС-препарата.

Принцип расчета оптимальной розничной цены, доходности
препарата и объема маркетинговых выплат.

Павел Лисовский

кандидат экономических наук
Проектирование систем управления.
Оптимизация бизнес-процессов
Действительный участник РАФМ
+7(906)226-81-09

Pavel@LisovskiyP.com

Liso  *skiyP.com*

Экономика успешного лонча

Чьи экономические интересы нужно учесть при выходе препарата на рынок?

1. Фармпроизводителя;
2. Врача;
3. Пациента;
4. Аптечной сети (товаропроводящей цепочки);

Экономика успешного лонча

Чьи экономические интересы нужно учесть при выходе препарата на рынок?

1. **Фармпроизводителя** - БОЛЬШАЯ ДОХОДНОСТЬ НОВИНКИ;
2. **Врача** - стоимость курса лечения, стоимость упаковки;
3. **Пациента** - стоимость упаковки;
4. **Аптечной сети** (товаропроводящей цепочки) - доходность.

Уровень доходности новинки для аптечной сети

Какой уровень доходности оптимальный? Сколько процентов или сколько рублей закладывать?
Как рассчитать?

Уровень доходности новинки для аптечной сети

Таблица 1. Сравнение оборачиваемости в днях и средней прибыли с упаковки товара со значениями в аптеке и товарными категориями

	Средние показатели по аптеке (категории аптек)	Показатели товара
Средняя оборачиваемость (дни)	20	10
Средняя прибыль с упаковки (руб.)	30	40

Уровень доходности новинки для аптечной сети

Таблица 1. Сравнение оборачиваемости в днях и средней прибыли с упаковки товара со значениями в аптеке и товарными категориями

	Средние показатели по аптеке (категории аптек)	Показатели товара	Средние показатели товарной категории 1	Средние показатели товарной категории 2
Средняя оборачиваемость (дни)	20	10	1	25
Средняя прибыль с упаковки (руб.)	30	40	50	10

Уровень доходности новинки для аптечной сети

Какой уровень доходности оптимальный? Сколько процентов или сколько рублей закладывать? Как рассчитать?

Ключевая мысль:

1. Доходность позиции сравнивают с уровнем доходности товарной категории;
2. Аптечной сети выгодно вводить препарат в товарную категорию, если это приводит к увеличению прибыльности всей товарной группы.

Общая логика работы с товарной категорией заключается в увеличении продаж более прибыльных препаратов и сокращении продаж либо выводе из ассортимента менее прибыльных позиций.

Расчёт уровня доходности новинки для аптечной сети

Порядок расчёта уровня доходности новинки?

1. Определить товарную категорию, в которую входит новинка;
2. Собрать информацию о продажах по всем позициям внутри категории;
3. Собрать информацию об уровне маркетинговых выплат попозиционно (бэк маржа);
4. Рассчитать уровень доходности конкурентов.

Расчёт уровня доходности новинки для аптечной сети

Определение товарных категорий. Где взять готовый справочник?

Товарная категория – группа товаров, обладающих схожими(!) потребительскими свойствами, удовлетворяющая одну потребность покупателя. Товары относятся к одной категории, если:

- они применяются для удовлетворения одной потребности (применяются при одной нозологии);
- покупатель воспринимает категорию как единое целое, и поэтому он может взять только один товар из категории для удовлетворения своей потребности (вероятность того, что будут взяты два товара из одной категории для удовлетворения одной потребности, минимальна);

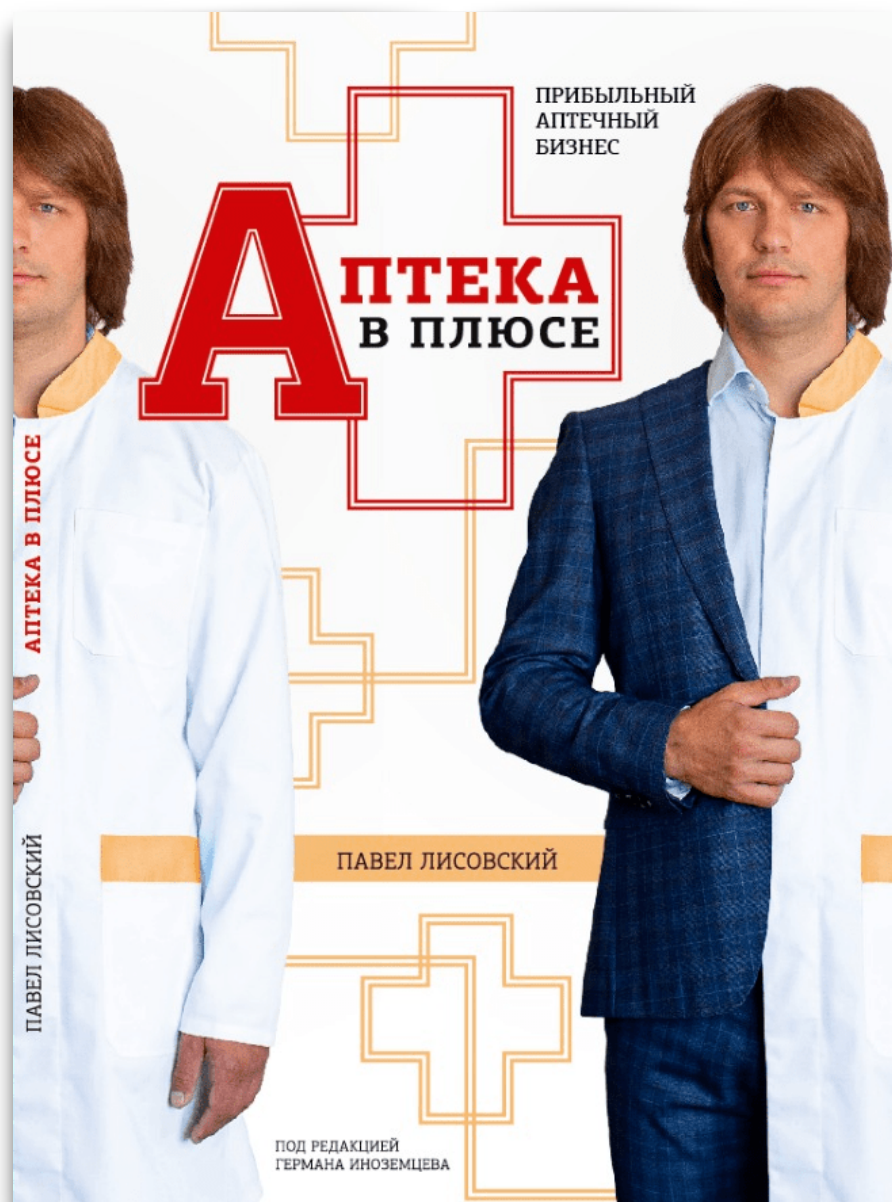
Расчёт уровня доходности новинки для аптечной сети

Определение товарных категорий. Где взять готовый справочник?

Не существует «товарных категорий» принятых в отдельной аптечной сети. Это единый подход!

Расчёт уровня доходности новинки для аптечной сети

Определение товарных категорий. Где взять готовый справочник?



- Описание концепции в книге «Аптека в плюсе»;
- На сайте: *Liso✓skiyP.com*



Павел Лисовский, к.э.н.
Увеличение прибыльности бизнеса

Расчёт уровня доходности новинки для аптечной сети

Где взять информацию о продажах и доходности позиций внутри товарных категорий?

1. Исследовательские компании;
2. «Дружественные» аптечные сети;
3. Дополнительные источники.

Где взять информацию о бэк марже?

1. Полевые силы;
2. «Дружественные» аптечные сети;
3. Дополнительные источники.

Расчёт уровня доходности новинки для аптечной сети

Порядок расчёта необходимого уровня доходности новинки?

1. Определить товарную категорию, в которую входит новинка;
2. Собрать информацию о продажах по всем позициям внутри категории;
3. Собрать информацию об уровне маркетинговых выплат попозиционно (бэк маржа);
4. Рассчитать уровень доходности конкурентов.

Расчёт уровня доходности новинки для аптечной сети

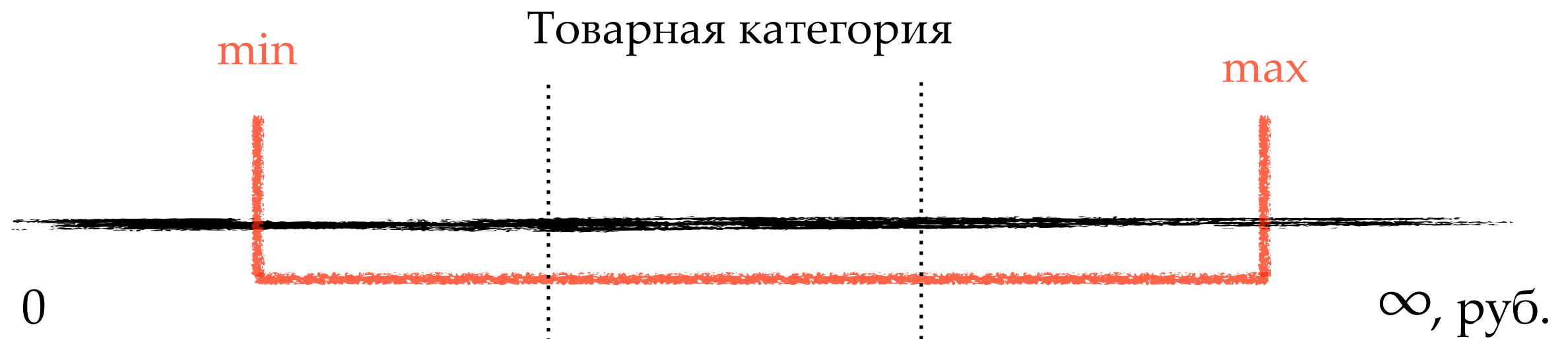
Оценка конкурентного окружения ОТС и Rx препаратов

Оценку проводят, сравнивая финансовые показатели всех препаратов, входящих в ценовой сегмент товарной категории относительно друг друга и средних показателей категории;

Привлекательность товара для аптечной сети определяют по отношению трёх основных показателей:

- количество проданных упаковок;
- прибыль с упаковки (от наценки);
- back-маржа на упаковку.

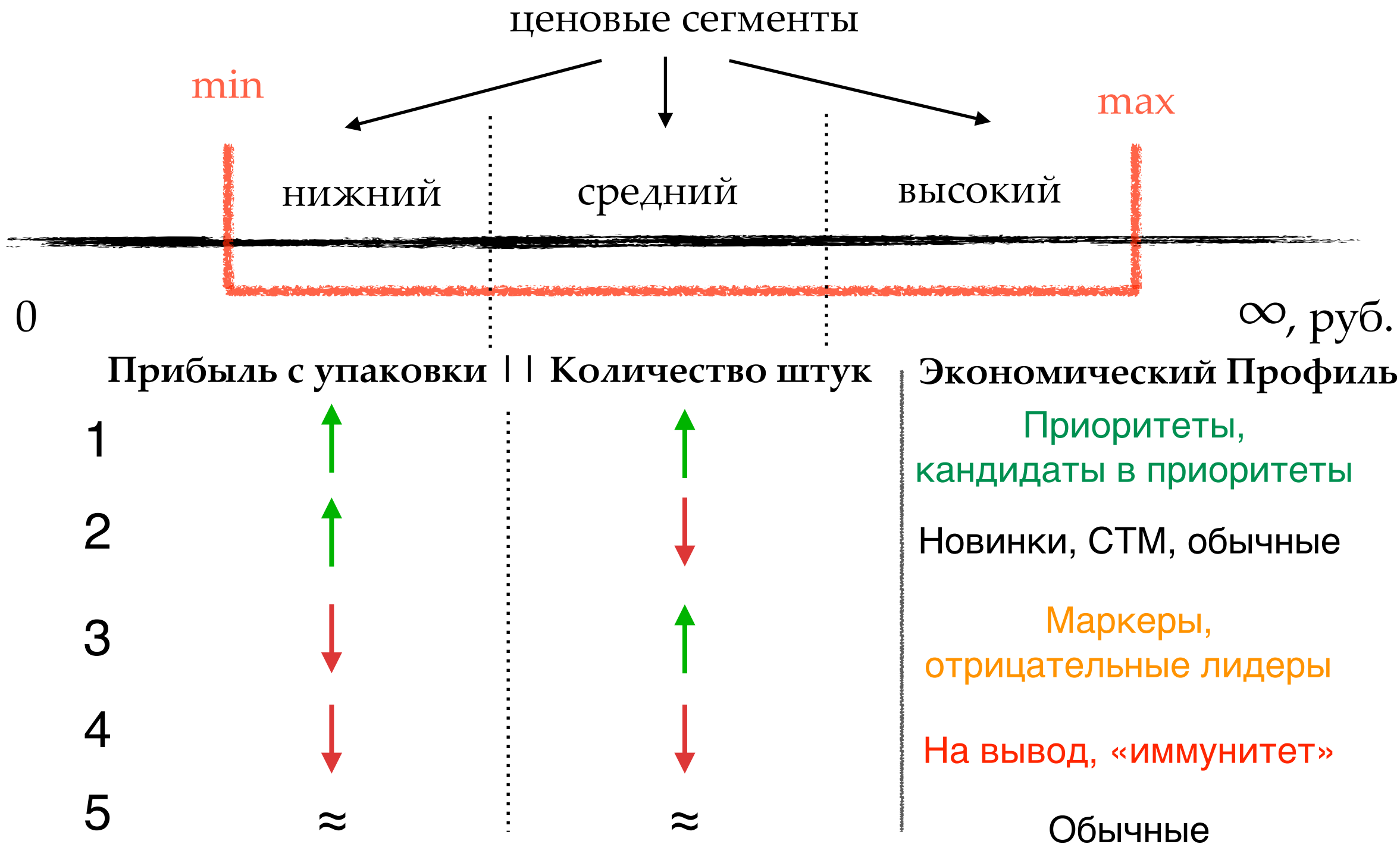
Определение экономического профиля препаратов



Экономические характеристики товарной категории:

- количество проданных упаковок;
- Товарооборот (ТО);
- Валовая прибыль (ВП);
- ВП/ТО;
- Средние продажи в упаковках на наименование;
- Средняя прибыльность упаковки.

Определение экономического профиля препаратов



Описание экономического профиля препаратов

Приоритеты – товары с самой высокой доходностью с упаковки в сегменте и продажами выше среднего.

Самые выгодные препараты для аптечной сети.

Аптечной сети интересно увеличивать долю таких препаратов за счёт любых других позиций в товарной категории.

Описание экономического профиля препаратов

Кандидаты в приоритеты – товары продающиеся в упаковках выше среднего и приносящие прибыль выше среднего в своём ценовом сегменте.

У аптечной сети существует интерес увеличить долю такого препарата за счёт других менее прибыльных товаров, входящих в другие экономические профили: обычные, **кандидаты в замедление**, **отрицательный лидер**, **на вывод**.

Описание экономического профиля препаратов

Отрицательный лидер – товар с самыми высокими продажами в упаковках в ценовом сегменте и прибылью с упаковки ниже среднего.

Аптечной сети необходимо либо резко увеличивать доходность каждой упаковки (что, как правило, для таких товаров невозможно), либо снижать продажи, заменять.

Кандидаты в замедление – товары у которых продажи в упаковках в x раз превышают средние продажи в ценовом сегменте, однако прибыль с упаковки ниже среднего.

Аптечной сети выгодно снижать продажи товаров этого профиля либо повышать их доходность. Возможно рассмотрение вариантов по активной замене препарата вплоть до вывода из ассортимента (для низкодифференцированных препаратов)

Описание экономического профиля препаратов

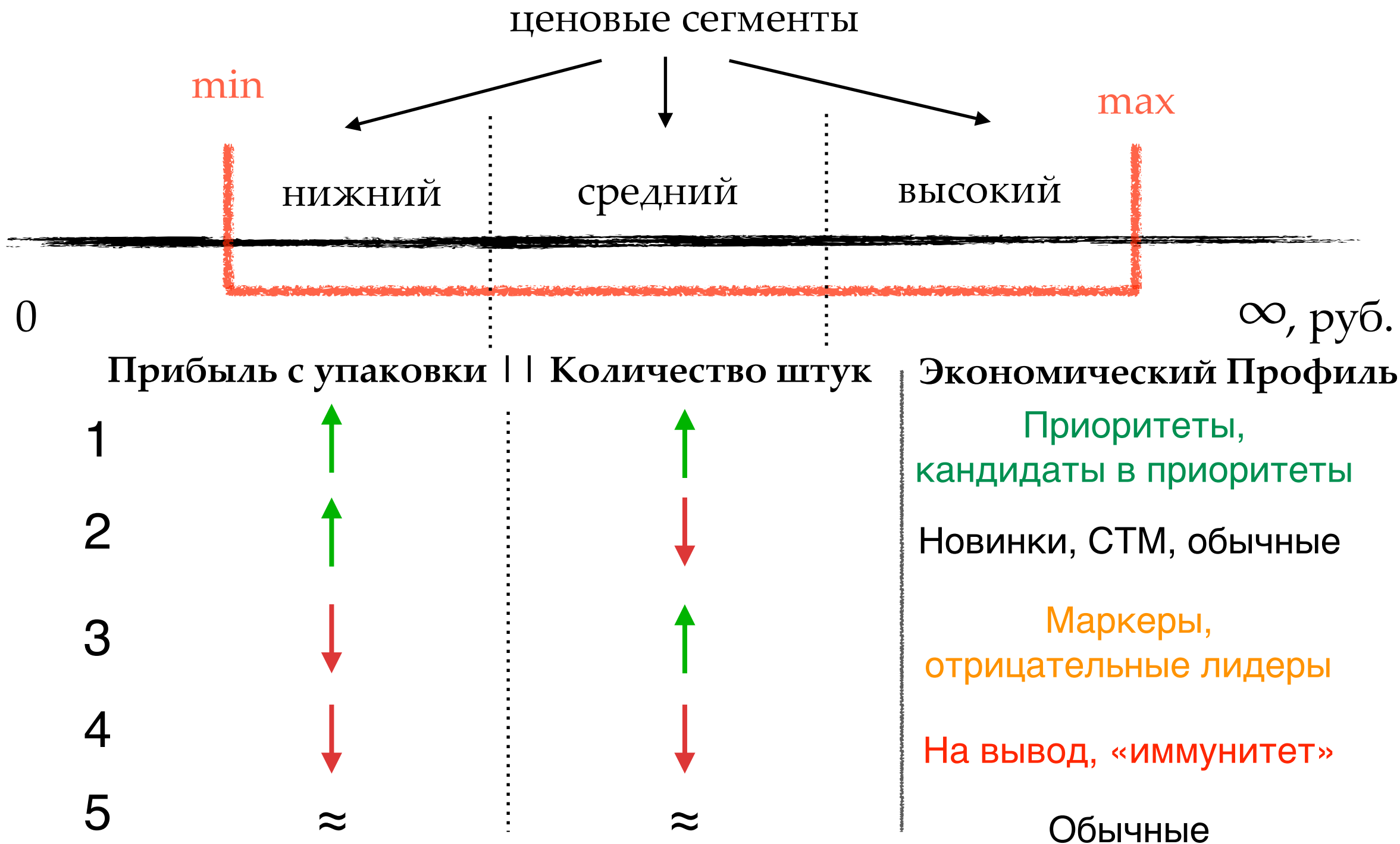
Обычные товары – средние показатели по продажам в штуках и средняя прибыльность с упаковки (попадают в диапазон допуска относительно средних показателей ценового сегмента).

Аптечной сети нет интереса как снижать, так и увеличивать продажи товаров этого профиля.

На вывод – товары с продажами в x раз ниже средних в сегменте и прибыльностью с упаковки ниже среднего.

Если не новинка (история продаж в аптечной сети менее 6 месяцев), то аптечной сети следует выводить товар из ассортимента.

Определение экономического профиля препаратов



Какая «бэк-маржа» лучше?

Фиксированные выплаты или объёмник?

1. Высокие продажи и высокая доходность => объёмник;
2. Низкие продажи и низкая доходность => fix или ничего (выводить);
3. Высокие продажи и низкая доходность => fix или без прироста;
4. Низкие продажи и высокая доходность => ???

Уровень доходности новинки для аптечной сети

Новая позиция должна обладать уровнем дохода как минимум выше среднего в своем ценовом сегменте, идеальный вариант - выше приоритетного препарата в сегменте.

Кейс: ввод новинки в товарную категорию «Венотонизирующие наружные»

Порядок действий:

1. Сбор информации о товарной категории;
2. Определение ценового сегмента в который будет входить новинка

Ценовые сегменты в выбранной товарной категории:

- Нижний от 30 руб. до 100 руб.
- Средний от 100 руб. до 250 руб.
- Верхний от 250 руб. и выше

Кейс: ввод новинки в товарную категорию «Венотонизирующие наружные»

Наименование	Шт	ТО	ВП	Цена Розничная	Прибыль с упаковки	back маржа	Общая прибыль с упаковки	Ценовой сегмент	Статус товара
TROXERUTIN GEL 2% 25G	25 129	885 072,62	314 977,54	35,22	12,53	0,00	12,53	нижний	на вывод
TROXERUTIN VRAMED GEL 2% 40G	589 674	23 348 468,78	8 309 197,42	39,60	14,09	0,00	14,09	нижний	кандидаты в замедление
TROXERUTIN VETPROM GEL 2% 40G	336 040	16 201 467,64	5 765 739,69	48,21	17,16	0,00	17,16	нижний	кандидаты в замедление
TROXERUTIN GEL 2% 40G	176 269	8 769 251,62	3 120 780,37	49,75	17,70	0,00	17,70	нижний	
HEPARIN OINT 25G	716 325	48 901 327,55	17 402 887,90	68,27	24,29	0,00	24,29	нижний	приоритет
HEPATHROMBIN OINT 30K 40G	6 420	1 236 448,78	371 799,28	192,59	57,91	0,00	57,91	нижний	на вывод
TROXEVASIN GEL 2% 40G	909 985	210 510 757,4	57 412 024,75	231,33	63,09	0,00	63,09	средний	отрицательный лидер
TROMBLESS PLUS GEL 30G	6 957	1 870 285,27	385 931,88	268,84	55,47	0,00	55,47	верхний	на вывод
TROMBLESS GEL 1000IU 30G	10 783	2 899 746,72	790 840,01	268,92	73,34	0,00	73,34	верхний	
INDOVASIN GEL 45G	97 172	26 914 112,09	5 553 705,67	276,97	57,15	0,00	57,15	верхний	кандидаты в замедление
HEPATHROMBIN GEL 50K 40G	15 256	4 370 452,63	1 191 941,63	286,47	78,13	0,00	78,13	верхний	
TROXEVASIN NEO GEL 40G	71 369	20 446 617,30	4 219 143,25	286,49	59,12	0,00	59,12	верхний	кандидаты в замедление
HEPARIN-AKRIKHIN GEL 1000IU 30G	14 102	4 060 657,93	1 107 452,16	287,95	78,53	0,00	78,53	верхний	
HEPATHROMBIN OINT 50K 40G	6 069	1 781 605,06	485 892,29	293,56	80,06	0,00	80,06	верхний	
TROMBLESS GEL 1000IU 50G	32 760	9 738 836,58	2 009 601,20	297,28	61,34	0,00	61,34	верхний	
VENOLIFE GEL 40G	61 844	18 579 171,67	3 833 797,33	300,42	61,99	0,00	61,99	верхний	кандидаты в замедление
LIOTON GEL 100K 30G	47 091	17 607 915,81	3 633 379,45	373,91	77,16	0,00	77,16	верхний	кандидаты в приоритеты
TROMBLESS PLUS GEL 50G	8 818	4 178 902,49	718 113,68	473,91	81,44	0,00	81,44	верхний	
LIOTON GEL 100K 50G	63 675	31 073 400,00	4 143 284,64	488,00	65,07	0,00	65,07	верхний	кандидаты в замедление
ЛОНЧ	3 000	1 935 000,00	387 000,00	645,00	161,00	0,00	161,00	верхний	на вывод
VENOLIFE GEL 100G	16 710	10 894 752,80	1 872 183,19	651,99	112,04	0,00	112,04	верхний	
LIOTON GEL 1000IU 1G 100G	73 515	61 410 434,45	8 241 227,13	835,35	112,10	0,00	112,10	верхний	приоритет

Кейс: ввод новинки в товарную категорию «Венотонизирующие наружные»

Наименование	Шт	ТО	ВП	Цена Розничная	Прибыль с упаковки	back маржа	Общая прибыль с упаковки	Ценовой сегмент	Статус товара
TROXERUTIN GEL 2% 25G	25 129	885 072,62	314 977,54	35,22	12,53	0,00	12,53	нижний	на вывод
TROXERUTIN VRAMED GEL 2% 40G	589 674	23 348 468,78	8 309 197,42	39,60	14,09	0,00	14,09	нижний	кандидаты в замедление
TROXERUTIN VETPROM GEL 2% 40G	336 040	16 201 467,64	5 765 739,69	48,21	17,16	0,00	17,16	нижний	кандидаты в замедление
TROXERUTIN GEL 2% 40G	176 269	8 769 251,62	3 120 780,37	49,75	17,70	0,00	17,70	нижний	
HEPARIN OINT 25G	716 325	48 901 327,55	17 402 887,90	68,27	24,29	0,00	24,29	нижний	приоритет
HEPATHROMBIN OINT 30K 40G	6 420	1 236 448,78	371 799,28	192,59	57,91	0,00	57,91	нижний	на вывод
TROXEVASIN GEL 2% 40G	909 985	210 510 757,4	57 412 024,75	231,33	63,09	0,00	63,09	средний	отрицательный лидер
TROMBLESS PLUS GEL 30G	6 957	1 870 285,27	385 931,88	268,84	55,47	0,00	55,47	верхний	на вывод
TROMBLESS GEL 1000IU 30G	10 783	2 899 746,72	790 840,01	268,92	73,34	0,00	73,34	верхний	на вывод
INDOVASIN GEL 45G	97 172	26 914 112,09	5 553 705,67	276,97	57,15	0,00	57,15	верхний	кандидаты в замедление
HEPATHROMBIN GEL 50K 40G	15 256	4 370 452,63	1 191 941,63	286,47	78,13	0,00	78,13	верхний	
TROXEVASIN NEO GEL 40G	71 369	20 446 617,30	4 219 143,25	286,49	59,12	0,00	59,12	верхний	кандидаты в замедление
HEPARIN-AKRIKHIN GEL 1000IU 30G	14 102	4 060 657,93	1 107 452,16	287,95	78,53	0,00	78,53	верхний	
HEPATHROMBIN OINT 50K 40G	6 069	1 781 605,06	485 892,29	293,56	80,06	0,00	80,06	верхний	
TROMBLESS GEL 1000IU 50G	32 760	9 738 836,58	2 009 601,20	297,28	61,34	0,00	61,34	верхний	
VENOLIFE GEL 40G	61 844	18 579 171,67	3 833 797,33	300,42	61,99	0,00	61,99	верхний	кандидаты в замедление
LIOTON GEL 100K 30G	47 091	17 607 915,81	3 633 379,45	373,91	77,16	0,00	77,16	верхний	кандидаты в приоритеты
TROMBLESS PLUS GEL 50G	8 818	4 178 902,49	718 113,68	473,91	81,44	0,00	81,44	верхний	
LIOTON GEL 100K 50G	63 675	31 073 400,00	4 143 284,64	488,00	65,07	0,00	65,07	верхний	кандидаты в замедление
ЛОНЧ	15 000	9 675 000,00	1 935 000,00	645,00	161,00	0,00	161,00	верхний	
VENOLIFE GEL 100G	16 710	10 894 752,80	1 872 183,19	651,99	112,04	0,00	112,04	верхний	
LIOTON GEL 1000IU 1G 100G	73 515	61 410 434,45	8 241 227,13	835,35	112,10	0,00	112,10	верхний	приоритет

Кейс: ввод новинки в товарную категорию «Венотонизирующие наружные»

Наименование	Шт	ТО	ВП	Цена Розничная	Прибыль с упаковки	back маржа	Общая прибыль с упаковки	Ценовой сегмент	Статус товара
TROXERUTIN GEL 2% 25G	25 129	885 072,62	314 977,54	35,22	12,53	0,00	12,53	нижний	на вывод
TROXERUTIN VRAMED GEL 2% 40G	589 674	23 348 468,78	8 309 197,42	39,60	14,09	0,00	14,09	нижний	кандидаты в замедление
TROXERUTIN VETPROM GEL 2% 40G	336 040	16 201 467,64	5 765 739,69	48,21	17,16	0,00	17,16	нижний	кандидаты в замедление
TROXERUTIN GEL 2% 40G	176 269	8 769 251,62	3 120 780,37	49,75	17,70	0,00	17,70	нижний	
HEPARIN OINT 25G	716 325	48 901 327,55	17 402 887,90	68,27	24,29	0,00	24,29	нижний	приоритет
HEPATHROMBIN OINT 30K 40G	6 420	1 236 448,78	371 799,28	192,59	57,91	0,00	57,91	нижний	на вывод
TROXEVASIN GEL 2% 40G	909 985	210 510 757,4	57 412 024,75	231,33	63,09	0,00	63,09	средний	отрицательный лидер
TROMBLESS PLUS GEL 30G	6 957	1 870 285,27	385 931,88	268,84	55,47	0,00	55,47	верхний	на вывод
TROMBLESS GEL 1000IU 30G	10 783	2 899 746,72	790 840,01	268,92	73,34	0,00	73,34	верхний	на вывод
INDOVASIN GEL 45G	97 172	26 914 112,09	5 553 705,67	276,97	57,15	0,00	57,15	верхний	кандидаты в замедление
HEPATHROMBIN GEL 50K 40G	15 256	4 370 452,63	1 191 941,63	286,47	78,13	0,00	78,13	верхний	
TROXEVASIN NEO GEL 40G	71 369	20 446 617,30	4 219 143,25	286,49	59,12	0,00	59,12	верхний	кандидаты в замедление
HEPARIN-AKRIKHIN GEL 1000IU 30G	14 102	4 060 657,93	1 107 452,16	287,95	78,53	0,00	78,53	верхний	
HEPATHROMBIN OINT 50K 40G	6 069	1 781 605,06	485 892,29	293,56	80,06	0,00	80,06	верхний	
TROMBLESS GEL 1000IU 50G	32 760	9 738 836,58	2 009 601,20	297,28	61,34	0,00	61,34	верхний	
VENOLIFE GEL 40G	61 844	18 579 171,67	3 833 797,33	300,42	61,99	0,00	61,99	верхний	кандидаты в замедление
LIOTON GEL 100K 30G	47 091	17 607 915,81	3 633 379,45	373,91	77,16	0,00	77,16	верхний	кандидаты в приоритеты
TROMBLESS PLUS GEL 50G	8 818	4 178 902,49	718 113,68	473,91	81,44	0,00	81,44	верхний	
LIOTON GEL 100K 50G	63 675	31 073 400,00	4 143 284,64	488,00	65,07	0,00	65,07	верхний	кандидаты в замедление
ЛОНЧ	40 000	25 800 000,00	5 160 000,00	645,00	161,00	0,00	161,00	верхний	приоритет
VENOLIFE GEL 100G	16 710	10 894 752,80	1 872 183,19	651,99	112,04	0,00	112,04	верхний	
LIOTON GEL 1000IU 1G 100G	73 515	61 410 434,45	8 241 227,13	835,35	112,10	0,00	112,10	верхний	кандидаты в приоритеты

Кейс: ввод новинки в товарную категорию «Венотонизирующие наружные»

Верхний ценовой сегмент

Общие финансовые показатели:

- Количество наименований: от 5 до 10;
- Средние продажи упаковок в месяц: 39.114;
- Средняя прибыль с упаковки от 50 до 130 руб.

Приоритет сегмента: *Lioton gel 1000 1g 100g*

- Количество: 73.515 шт./месяц.
- Доходность: от 80 до 130 руб./упаковка

Кейс: ввод новинки в товарную категорию «Венотонизирующие наружные»

Планируемые показатели новинки:

Ценообразование и доходность:

- Планируемая СІР цена – 430 руб.;
- Планируемая розничная цена в аптеке от 590 до 650 руб.
- Доходность должна быть не менее 130 руб./упаковка.

Объём продаж:

- До 7.000 упаковок - без шансов - **«На вывод»**
- От 10.000 до 38.500 упаковок при доходности не менее 145 руб. - **«Обычный»**
- Более 38.500 упаковок и доходности 145 руб. - **«Приоритет»**

Кейс: ввод новинки в товарную категорию «Венотонизирующие наружные»

Упаковки в месяц ▼	Доля от верхнего сегмента ▼	Доля от Лиотон 100 ▼	Диапазон розничной цены ▼	Диапазон прибыли с упаковки ▼	back маржа ▼	общая прибыли ▼	Общая прибыль с упаковки относительно ▼	Экономичес кий профиль ▼
до 7000 шт	до 1,67%	до 9,1%	не важно	не важно	не важно	не важно	не важно	На вывод
от 10000 шт . до 38500 шт.	от 1,7% до 8,5%	от 9,1% до 21%	от 630р. и выше	от 145р и выше	от 0 -20 руб.	от 145 и выше	на 30% выше и более	Обычный
от 38500 шт.и выше	более 9%	Более 21%	от 630р. и выше	от 145р и выше	нет	от 145 и выше	на 30% выше и более	Приоритет
от 38500 шт. и выше	более 9%	Более 21%	от 630р. и выше	от 145р и выше	от 15 до 30 руб.	Выше 160 р.	на 43% выше и более	абс. Приоритет
от 10000 шт . до 23000 шт.	от 1,7% до 5%	от 9,1% до 12%	от 590р. до 610 р	от 105р. до 120 р	нет	от 105р. до 120	выше менее чем на 7%	На вывод
от 10000 шт . до 23000 шт.	от 1,7% до 5%	от 9,1% до 12%	от 590р. до 610 р	от 105р. до 120 р	от 20 до 30 руб.	от 125р. до 160	выше на 12-43%	Обычный
от 23000 шт . до 43000 шт.	от 5% до 9%	от 12% до 23%	от 590р. до 610 р	от 105р. до 120 р	нет	от 105р. до 120	выше менее чем на 7%	Обычный
от 23000 шт . до 38500 шт.	от 5% до 8,5%	от 12% до 21%	от 590р. до 610 р	от 105р. до 120 р	от 20 до 30 руб.	от 125р. до 160	выше на 12-43%	Обычный
от 38500 шт. и выше	более 9%	Более 21%	от 590р. до 610 р	от 105р. до 120 р	от 20 до 30 руб.	от 125р. до 160	выше на 12-43%	Приоритет
от 0 до 38500 шт.	до 9%	до 23%	до 580р.	до 95р.	нет	до 95р.	ниже на 10%	На вывод
от 23000 шт . до 43000 шт.	от 5% до 9%	от 12% до 23%	до 580р.	до 95р.	от 20 до 30 руб.	от 115р. до 125	выше на 5-12%	Обычный
от 43000 шт.	более 9%	Более 23%	до 580р.	до 95р.	от 20 до 30 руб.	от 115р. до 125	выше на 5-12%	Приоритет

Увеличение прибыльности аптечного бизнеса

Консалтинговая группа Павла Лисовского



Аптечным сетям ▾

Фармпроизводителям ▾

Тренинги ▾

Статьи и Книги ▾

О Компании ▾

Видео ▾

Аптека в плюсе

Диагностика

Аптеч

Услуги для фармпроизводителей >

Увеличить прибыльность бизнеса

Стоимость услуг

Контакты

Разработка структуры маркетингового договора с аптечными сетями

Тренинги для Фармпроизводителей

Статьи для фармпроизводителей



Диагностика аптечного
бизнеса



Увеличение прибыльности
аптечной сети



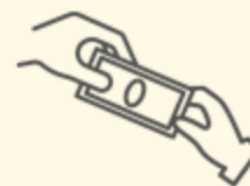
Диагностика коммерческих
условий работы с сетями



Тренинги для
фармпроизводителей



Категорийный менеджмент в
аптечной сети



Оптимизация маркетинговых
выплат аптечным сетям



Организация и проведение
переговоров с АС

Liso✓skiyP.com

Павел Лисовский, к.э.н.
Увеличение прибыльности бизнеса

Дополнительные материалы

1. Книга «Аптека в плюсе»

<http://lisoovskiyp.com/publications/kniga2/>



2. Оценка конкурентного окружения ОТС и Rx препаратов

<http://lisoovskiyp.com/farmproizvoditelyam/ocenka-kon-okruzheniya/>



3. Маркетинговые контракты с аптечными сетями. Гибкий

<http://lisoovskiyp.com/publications/forfrma/marketingovye-kontrakty-s-aptechnymi-setyami/>

