

Ценообразование, программа лояльности, мотивация фармацевтов

Связь процессов.

Концепция экономических групп

Павел Лисовский

кандидат экономических наук

Увеличение прибыльности аптечного
и фармбизнеса

Действительный участник РАФМ

+7(906)226-81-09

Pavel@LisovskiyP.com

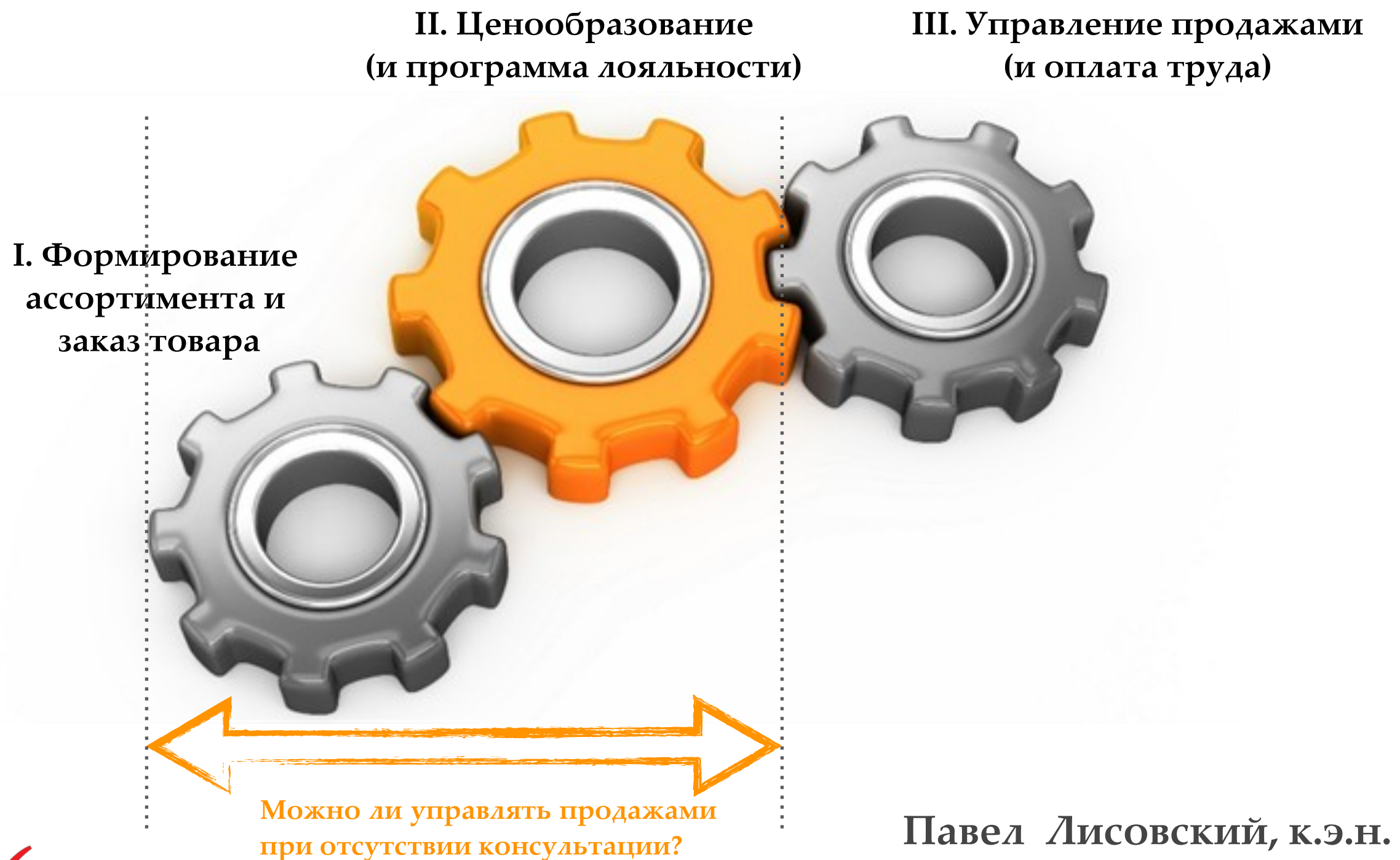
Liso✓*skiyP.com*



Локальный оптимум не гарантирует оптимума глобального.

Улучшения отдельных процессов **не** гарантируют увеличения
прибыльности аптечной сети.

Три основных процесса розничного бизнеса



Как управлять продажами?

Порядок действий:

1. Составить рейтинг товаров внутри категории (что выгодно продавать?);
 1. Правильно рассчитать доходность позиций;
 2. Учесть легкость рекомендации/переключения;
 2. Сформировать ассортимент;
 1. Правильно наполнить ассортиментную матрицу;
 2. Правильно настроить авто(!)заказ;
 3. Выполнить ценообразование;
 1. Увеличить доходности при сохранении конкурентоспособности;
 2. Управлять продажами;
-

Как увеличить прибыльность аптечной сети и управлять продажами?

Порядок действий:

4. Программа лояльности:

1. Дифференцированная скидка на разные группы товаров (управлять продажами).

5. Мотивация персонала:

1. Дифференцированные баллы за продажу товаров разного рейтинга;

6. Управление рекомендацией:

1. Технология САМОСОБИРАЮЩИХСЯ терапевтических цепочек;
2. Технология замены низкорейтинговых товаров;
3. Технология переключения на высокорейтинговые товары;

7. Связать и автоматизировать все перечисленные пункты:

Классическая концепция управления продажами

В классической парадигме управления аптечными продажами принято на каждый товар (или товарную категорию) устанавливать переменные значения каждого процесса **по отдельности!**

Отдельно устанавливают наценку на препарат, отдельно баллы фармацевта за продажу препарата, иногда отдельно уровень скидки, уровень товарных запасов и т.д.

Такая система требует огромных трудовых ресурсов и слишком подвержена отрицательному воздействию человеческого фактора.



Управление процессами аптечной сети через экономические группы

В концепции управления через экономические группы всё проще.

Товар, попадая в группу получает значения переменных для всех процессов,

Как же достигается гибкость и быстрота реакции на изменение рыночной ситуации? Очень просто и очень быстро!

В ответ на изменение рыночной ситуации товар может АВТОМАТИЧЕСКИ сменить экономическую группу и в этот момент у него меняются все переменные для всех процессов.

Просто! Красиво! Эффективно!



Управление процессами аптечной сети через экономические группы

Экономическая группа объединяет товары, которые в изменяющейся экономической среде ведут себя одинаково и поэтому к ним применимо отдельное управление.

**Экономические группы используют для связывания и
синхронизации потока основных процессов.**



Управление процессами аптечной сети через экономические группы

Локальный оптимум не гарантирует оптимума глобального.

Улучшения отдельных процессов не гарантируют увеличения прибыльности аптечной сети.

одинаково и поэтому к ним применимо отдельное управление.

**Экономические группы используют для связывания и
синхронизации потока основных процессов.**

Экономические группы

Наименование	Шт.	ТО (руб.)	ВП (руб.)	Цена розн.	Прибыль с уп. (front + back)	Экономический профиль
Препарат 1	115	16 146	2 116	140	20,5	На вывод
Препарат 2	1 122	166 779	54 978	149	51,5	Приоритет
Препарат 4	394	62 922	10 982	160	34,9	Обычные
Препарат 5	2 035	330 320	15 745	162	17,1	Отрицательный лидер
Препарат 6	752	124 326	21 699	165	28,9	Обычные
Препарат 7	653	108 354	18 533	166	28,4	Обычные
Препарат 8	198	33 288	7 647	168	38,6	Обычные
Препарат 9	638	108 193	24 977	170	44,7	Кандидат в приоритеты
Препарат 10	1 078	184 197	42 507	171	45,0	Кандидат в приоритеты
Препарат 11	2 677	510 472	24 220	191	18,8	Отрицательный лидер
Препарат 12	171	32 723	5 973	191	38,9	Обычные
Препарат 13	85	16 455	2 770	194	32,6	На вывод
Препарат 14	27	5 241	1 046	198	44,7	На вывод
Итого	9 945	1 699 416	233 193			

Переменные экономических групп

Наименование	Шт.	Цена розн.	Прибыль с уп. (front + back)	Мотивация (руб.)	Скидка/баллы (руб.).	Экономический профиль
Препарат 1	115	140	20,5	10,0	10,0	На вывод
Препарат 2	1 122	149	51,5	12,9	10,3	Приоритет
Препарат 4	394	160	34,9	5,9	5,2	Обычные
Препарат 5	2 035	162	17,1	1,0	0,0	Отрицательный лидер
Препарат 6	752	165	28,9	4,9	4,3	Обычные
Препарат 7	653	166	28,4	4,8	4,3	Обычные
Препарат 8	198	168	38,6	6,6	5,8	Обычные
Препарат 9	638	170	44,7	8,9	8,9	Кандидат в приоритеты
Препарат 10	1 078	171	45,0	9,0	9,0	Кандидат в приоритеты
Препарат 11	2 677	191	18,8	1,0	0,0	Отрицательный лидер
Препарат 12	171	191	38,9	6,6	5,8	Обычные
Препарат 13	85	194	32,6	16,0	16,0	На вывод
Препарат 14	27	198	44,7	22,0	22,0	На вывод
Итого	9 945					

Самособирающаяся терапевтическая цепочка

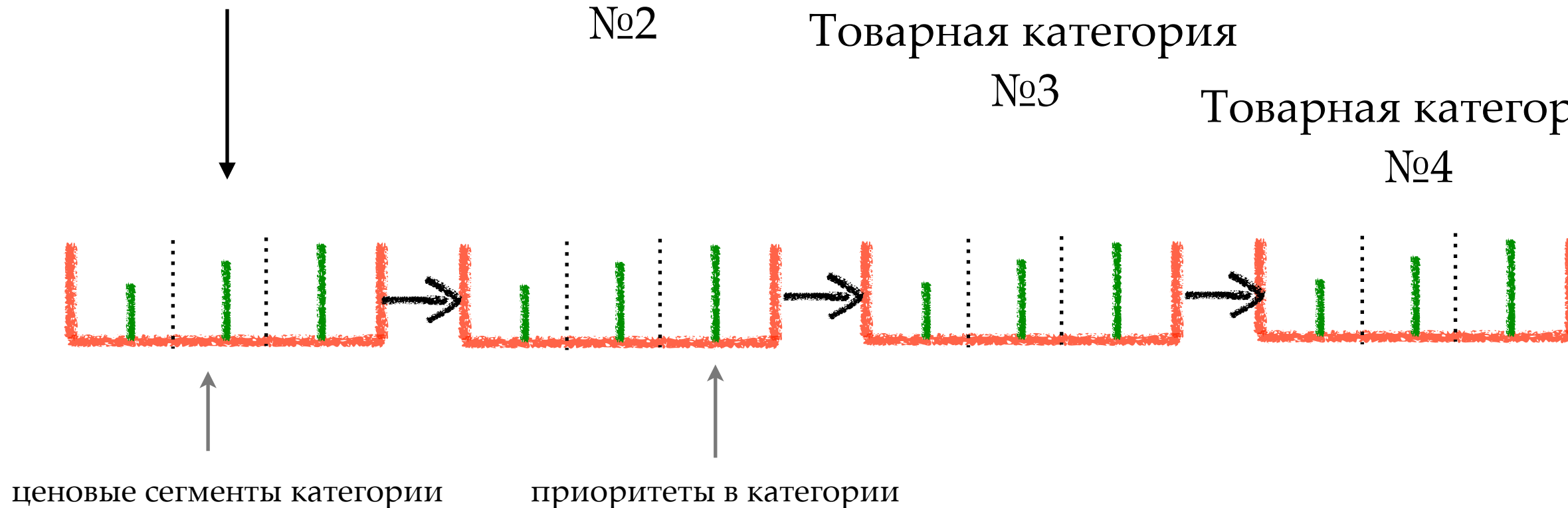


Товарная категория
№1 (сигнальная)

Товарная категория
№2

Товарная категория
№3

Товарная категория
№4



Аптека в плюсе. Прибыльный аптечный бизнес



- Приобрести книгу
«Аптека в плюсе»;
- На сайте: *Liso✓skiyP.com*



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

Увеличение прибыльности аптечного бизнеса

Консалтинговая группа Павла Лисовского

Liso[✓]skiyP.com

✓ Аптечным сетям Дистрибьюторам ✓ Фармпроизводителям ✓ Тренинги ✓ Статьи и Книги ✓ О Компании ✓ Видео

ДИАГНОСТИКА АПТЕЧНОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ КАТЕГОРИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ УВЕЛИЧИТЬ ПРИБЫЛЬНОСТЬ БИЗНЕСА СТОИМОСТЬ УСЛУГ КОНТАКТЫ

АПТЕЧНЫМ СЕТЯМ



Диагностика аптечного
бизнеса



Увеличение
прибыльности а
сети



Категорийный
менеджмент в аптечной
сети



Ценообразование в
аптечном бизнесе



Диагностика
условий
с сетями



Оптимизация
маркетинговых выплат
аптечным сетям



Тренинги для
фармпроизводителей



Организация и
проведение
переговоров с АС



Liso[✓]skiyP.com

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

ПРИБЫЛЬНЫЙ
АПТЕЧНЫЙ
БИЗНЕС

АПТЕКА В ПЛЮСЕ



АПТЕКА В ПЛЮСЕ