

АПТЕКА В ПЛЮСЕ

Как не поставить на аптеке крест

Liso✓*skiyP.com*

Сентябрь 2018

ТЕЗИСЫ

I. ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПОДПИСНОЙ КОМПАНИИ 2018 - 2019

1. Ситуация на коммерческом фармацевтическом рынке, его динамика, варианты ближайшего развития;
2. Драйверы роста аптечного рынка. Какие точки роста будут влиять на весь рынок, а какие в ближайшей перспективе прекратятся. Коммерческий рынок в тупике?
3. Рост управляемости сети и влияние этого фактора на весь фармацевтический рынок.
4. Законодательные инициативы, как они скажутся на логике работы товаропроводящей цепочки.
5. Актуализация информации об изменяющемся рынке и способах эффективной работы в текущих условиях.
6. Ужесточение коммерческой политики дистрибьюторов, предпосылки, первые результаты и реакция коммерческого рынка;

ПРИБЫЛЬНЫЙ АПТЕЧНЫЙ БИЗНЕС

I. ОБЩАЯ ЛОГИКА ФОРМИРОВАНИЯ АССОРТИМЕНТА В РОЗНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

1. Три основных процесса любого розничного бизнеса;
2. Основные способы управления продажами в розничном бизнесе;
3. Логика процесса формирования ассортимента, понятие ассортиментной матрицы, способы её определения;
4. Экспресс анализ эффективности процесса формирования ассортимента в аптечной сети.

III. ЛОГИКА КАТЕГОРИЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

1. Когда ABC-анализ не работает, что дальше?
2. Что такое категорийный менеджмент или зачем делить ассортимент на товарные категории;
3. Основы эффективной организации процесса формирования ассортимента в аптечной сети, логика дифференцированного подхода к управлению ассортиментом;
4. Экономические принципы работы с товарными (потребительскими) группами;
 - a. Определение оптимальных ценовых (прибыльных) границ товарной группы;
 - b. Методы «сдвига» ценовых (прибыльных) границ товарной группы;
 - c. Определение оптимального количества товарных позиций в разных ценовых сегментах товарной группы;
 - d. Общая логика переключения покупателя на более прибыльный товар;
 - e. Методы расчета оптимальных ценовых сегментов в товарных группах;

- f. Способы расчета плана по маркетинговым препаратам внутри товарной категории. Влияние плана на прибыльность и широту товарной категории. Принцип автоматического пересчета back маржи.
- g. Расчёт целесообразности введения (исключения) позиции в (из) товарной группы:

IV. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ГРУППЫ И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПРОФИЛЬ ТОВАРОВ. СВЯЗЬ С ПРОЦЕССОМ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

1. Оптимизация ассортиментной матрицы на основании потребительских групп;
2. Определение ценовых сегментов; экономические характеристики товарной группы;
3. Понятие экономических групп и экономический профиль товаров внутри ценового сегмента.
4. Методы определения экономических групп в рамках категорийного менеджмента;
5. Методы расчета back-маржи, как правильно внести значения back-маржи в единое информационное пространство для автоматизации категорийного менеджмента;

ОБЩАЯ ЛОГИКА ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В РОЗНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Данный блок знакомит с общей логикой и существующими способами ценообразования в любом розничном бизнесе. Вы узнаете о нюансах и распространённых ошибках ценообразования. В завершение блока вы будете понимать общую концепцию процесса, а также увидите новые способы ценообразования которые можно реализовать в аптечном сегменте. Мы разберем применение этих способов на конкретных примерах из практики крупнейших аптечных сетей и вашего личного опыта.

5. Три основных процесса любого розничного бизнеса;
6. Основные способы управления продажами в розничном бизнесе;
7. Особенности ценовой коммуникации с клиентом, типы клиентов;
8. Метод «Перекрестка» - разным типам покупателей необходимо предоставлять разные цены на один и тот же товар. Как это реализовать?
9. Условия продажи товара по разной цене;
10. Способы продажи товара по разной цене;
11. Особенности конкуренции и эластичности по цене;
12. Методы исследования ценовой чувствительности;
13. Эластичность и шаги. Ступенчатая эластичность.
14. Особенности ценообразования на различные типы товаров. Лекарственные средства как особый вид товара;



“

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.LisovskyP.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. Автор книги «15 глав об увеличении прибыльности аптечного бизнеса».

Наши клиенты



Компании, которые нам доверяют:

Фармпроизводители:

- ▶ Топ 10 производителей
Bayer, Sanofi Aventis, Novartis, Отисифарм, Servier, Teva, Takeda
- ▶ Топ 20 производителей
Gedeon Richter, Abbott, Actavis, Pfizer
- ▶ Топ 50 производителей
Egis, Bella-tzmo, MSD, Polpharma, Merz, Dr. Reddy's, Glenmark, LeoPharm, Акрихин, Sandoz, Woerwagpharma, Сотекс и др.

Фармдистрибьюторы:

Протек, Катрен, Годовалов и Шаврин

Исследовательские компании:

Ipsos Comcon, DSM group, IMS Health

Крупнейшие аптечные сети:

- ▶ Топ 10 сетей России
ex.Имплозия (Самара), Планета Здоровья (Пермь), Ладушка (Нижний Новгород), Фармакопейка (Омск), Твой Доктор (Тула), Вита (Поволжье)
- ▶ Топ 20 сетей России
Аптека Таймер/Годовалов и Шаврин (Пермь), Невис (Санкт-Петербург)
- ▶ Топ 50 сетей России
Губернские Аптеки (Красноярск), Фармакор (Санкт-Петербург), Fatmani&Аптечество (Нижний Новгород), Областной Аптечный Склад (Челябинск), Юг Фарма (Ростов-на-Дону)
- ▶ Топ 200 сетей России
36,6С (Казань), Казанские Аптеки (Казань), Наш Доктор (Нижний Новгород), Вита Норд (Архангельск), Мэтр (Брянск), Вита Плюс (Пятигорск), Ульяновскфармация (Ульяновск), Витафарм (Тольятти), Аптечные Традиции (Курск), Ваш Доктор (Бийск), ДОМфарма (Коломна), Лора Плюс (Краснодар), Аптека 313 (Нижний Новгород), Валета (Екатеринбург), Сакура (Казань), Аптека Бердская (Бердск).



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**