

Экономические технологии увеличения прибыльности
аптечного и фармбизнеса. Просто. Логично. Прибыльно.

Эффективное продвижение препаратов на аптечном рынке

или что могут аптечные сети и как это определить?



LisovskiP.com

Павел Лисовский

Проектирование систем управления

Кандидат экономических наук

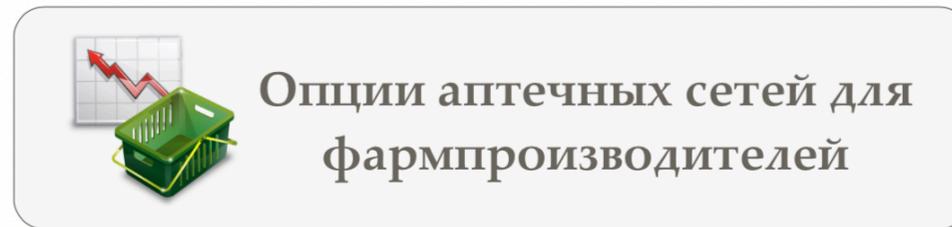
Действительный участник РАФМ

Преподаватель курса MBA РВС

+7(906)226-81-09

Pavel@LisovskiP.com

Что могут аптечные сети?



Как управляют продажами Аптечные сети?

Чем сети отличаются друг от друга? Какие аптечные сети существуют на рынке?

И как они могут влиять на продажи препаратов?

Павел Лисовский

кандидат экономических наук

Проектирование систем управления.

Увеличение прибыльности бизнеса.

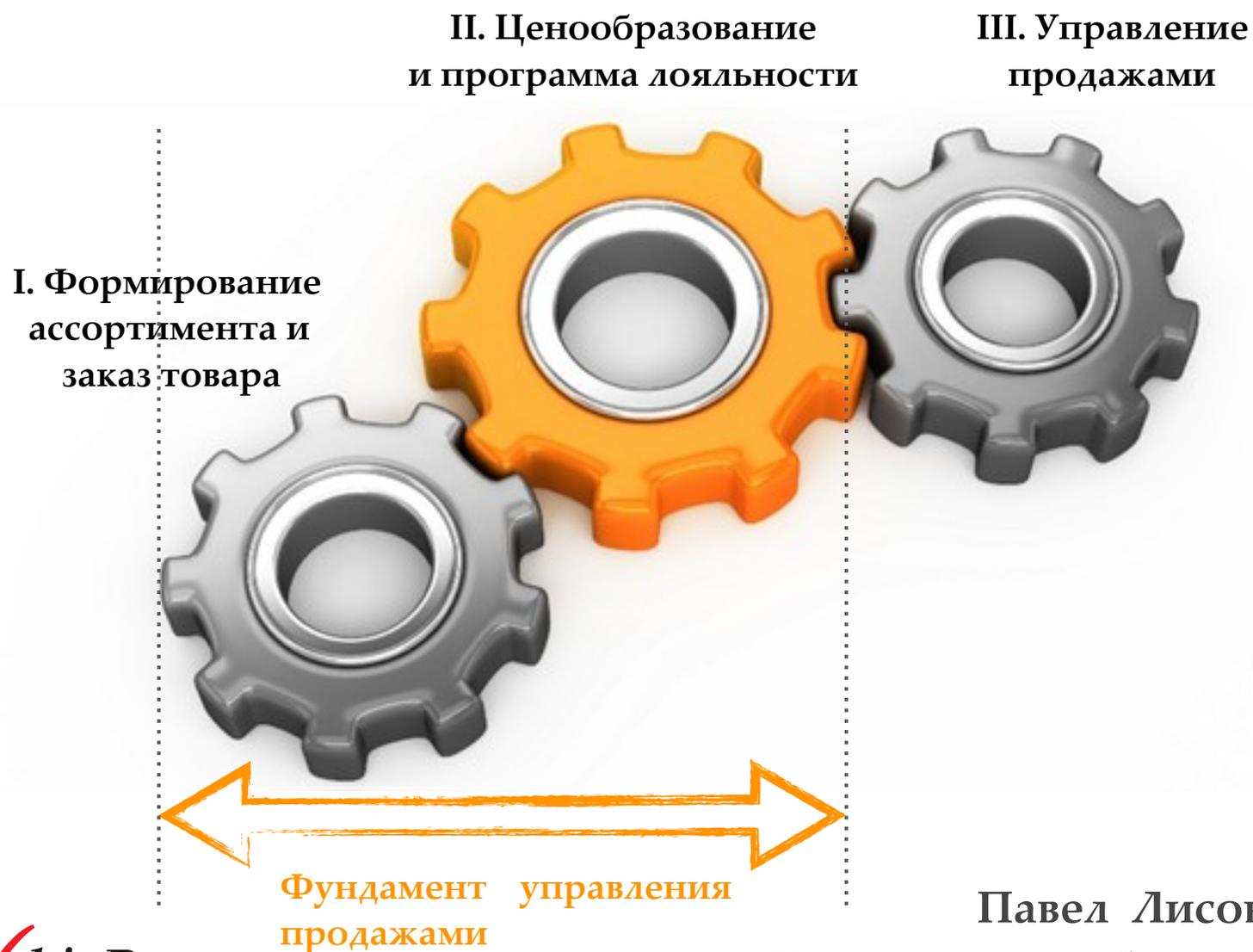
Действительный участник РАФМ

+7(906)226-81-09

Pavel@LisovskiyP.com

Liso ✓ *skiyP.com*

Три основных процесса розничного бизнеса





Ассортимент и управление продажами

1. Включение товара в ассортиментную матрицу



2. Управление товарной категорией

а. Создание товарных категорий и МНН кластеров

б. Определение оптимальной ширины товарной категории

Рост вероятности продажи, товаров вошедших в матрицу

Точность статистики

Увеличение управляемости продаж

3. Поддержание товарного запаса





Ценообразование и управление продажами

1. Управление доходностью товара



2. Управление ценой на товар внутри (!) категории

3. Программа лояльности

а. Снижение цены на товар

Рост вероятности продаж за счет категории

б. Увеличение цены других товаров входящих в категорию

Рост вероятности продаж за счет категории (конкурентных позиций)



Принципы управления продажами



Гостиница Подол Плаза Оценка гостей
Очень хорошо
Месторасположение 8,6

Подольский, Киев 📍 - Рядом с метро

3 пользователя сейчас просматривают страницу.
Вы остановитесь здесь с 25 мая 2017 по 27 мая 2017

🕒 Пользуется спросом! За последние 24 часа забронировано 16 раз

.genius 10% 🍴 1 ресторан на территории ✈️ Трансфер от/до аэропорта

Цена за 2 ночи

Двухместный номер с 2 отдельными кроватями 👤👤
Не уверены в своих планах? Смело бронируйте — вы можете отменить бесплатно!

Остался 1 номер!

-19% ~~14 413 руб.~~ **11 674 руб.**
БЕСПЛАТНАЯ отмена бронирования
Без предоплаты

Выбрать номер >

Принципы управления продажами



-60%[?]
СЕГОДНЯ!

Опера Отель

Шевченковский, Киев ▾

Пользуется спросом! За последние 24 часа забронировано 13 раз

.genius 10% Секретное предложение 🔒

Двухместный номер с 1 кроватью или 2 отдельными кроватями 👤👤

Не уверены в своих планах? Смело бронируйте — вы можете отменить бесплатно!

Оценка гостей
Потрясающе)
Месторасположение 8,6

Цена за 2 ночи

Пользуется спросом! ~~-60%~~ ~~31 379 руб.~~ [?] **12 652 руб.**

БЕСПЛАТНАЯ отмена бронирования
Без предоплаты

Посмотреть 3 доступных номера >



Программа лояльности

1. Общие требования к программе лояльности

- а. Удерживать существующих клиентов
- б. Увеличивать доходность сети



2. Управление продажами с помощью программы лояльности

- а. Разные "скидки" на разные экономические группы товаров
- б. Разные "скидки" по категориям клиентов
- с. Разные "скидки" по форматам аптек
- д. Применение Бонусов, скидок или специальных цен, а также другие опции в зависимости от учитываемых факторов

3. Дополнительные требования к программе лояльности

- а. Создание и поддержание актуальной базы клиентов
- б. Обеспечивать коммуникацию с клиентом
- с. Поиск скрытых закономерностей (Data mining)



Источники дохода аптечной сети



Источники дохода аптечной сети



1.1. Доход от основной деятельности (front маржа)



1.2. Выплаты от участников товаропроводящей цепочки (back маржа):

1.2.1. Выплаты в виде % от продаж (шт. либо ТО);

1.2.2. Внереализационные доходы: фиксированные выплаты, независимые от продаж аптеки.

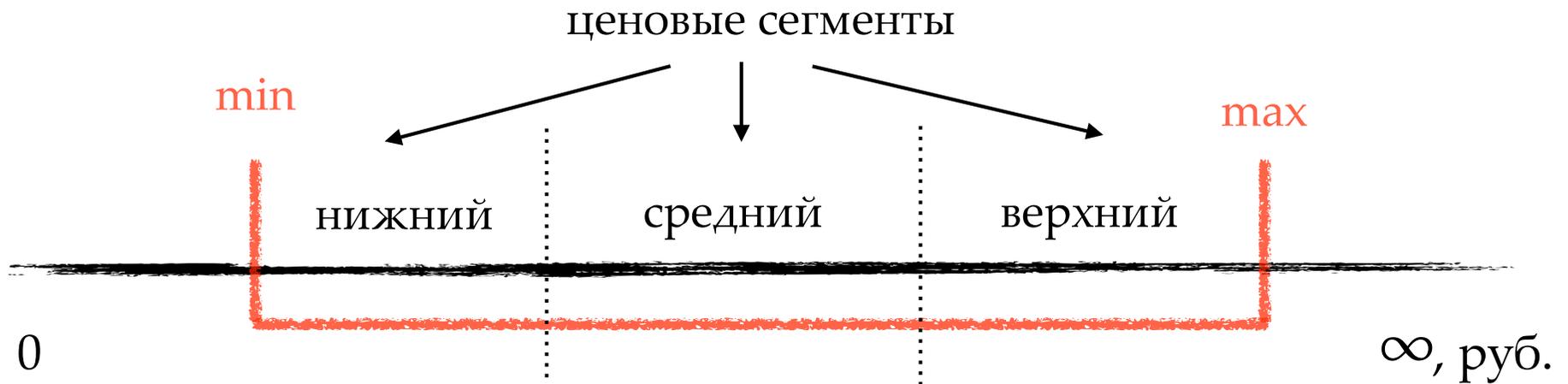
Зачем определять экономический профиль препаратов?

Для понимания насколько он доходен для аптечной сети относительно других препаратов в товарной категории и/или МНН-кластере.

Экономический профиль определяют для каждого SKU, а не бренда в целом.



Экономический профиль препаратов



	Прибыль с уп.	Кол-во шт.	Экономический Профиль
1	↑	↑	Приоритеты, кандидаты в приоритеты
2	↑	↓	Новинки, обычные
3	↓	↑	Маркеры, отрицательные лидеры
4	↓	↓	На вывод, «иммунитет»
5	≈	≈	Обычные

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	
Препарат 2	1 122	166 779	54 978	149	51,5	
Препарат 4	394	62 922	10 982	160	34,9	
Препарат 5	2 035	330 320	15 745	162	17,1	
Препарат 6	752	124 326	21 699	165	28,9	
Препарат 7	653	108 354	18 533	166	28,4	
Препарат 8	198	33 288	7 647	168	38,6	
Препарат 9	638	108 193	24 977	170	44,7	
Препарат 10	1 078	184 197	42 507	171	45,0	
Препарат 11	2 677	510 472	24 220	191	18,8	
Препарат 12	171	32 723	5 973	191	38,9	
Препарат 13	85	16 455	2 770	194	32,6	
Препарат 14	27	5 241	1 046	198	44,7	
Итого	9 945	1 699 416	233 193			

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	
Препарат 4	394	62 922	10 982	160	34,9	
Препарат 5	2 035	330 320	15 745	162	17,1	
Препарат 6	752	124 326	21 699	165	28,9	
Препарат 7	653	108 354	18 533	166	28,4	
Препарат 8	198	33 288	7 647	168	38,6	
Препарат 9	638	108 193	24 977	170	44,7	
Препарат 10	1 078	184 197	42 507	171	45,0	
Препарат 11	2 677	510 472	24 220	191	18,8	
Препарат 12	171	32 723	5 973	191	38,9	
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			

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	
Препарат 4	394	62 922	10 982	160	34,9	
Препарат 5	2 035	330 320	15 745	162	17,1	
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	
Препарат 9	638	108 193	24 977	170	44,7	
Препарат 10	1 078	184 197	42 507	171	45,0	
Препарат 11	2 677	510 472	24 220	191	18,8	
Препарат 12	171	32 723	5 973	191	38,9	
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			

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	
Препарат 4	394	62 922	10 982	160	34,9	
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	
Препарат 9	638	108 193	24 977	170	44,7	
Препарат 10	1 078	184 197	42 507	171	45,0	
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			

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			

Скидка и экономический профиль товара

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

Скидка и экономический профиль товара

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

Скидка и экономический профиль товара

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

Скидка и экономический профиль товара

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

Оплата труда и экономический профиль товара

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					

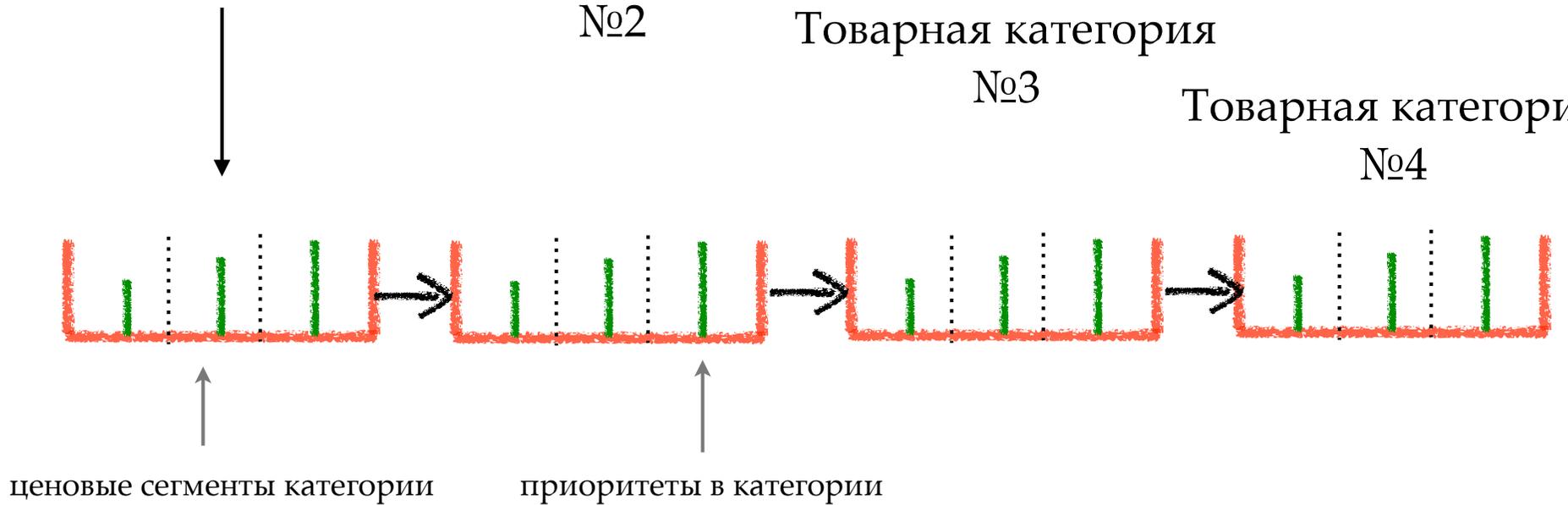
Самособирающаяся цепочка допродаж

Товарная категория
№1 (сигнальная)

Товарная категория
№2

Товарная категория
№3

Товарная категория
№4



Павел Лисовский, к.э.н.

Увеличение прибыльности бизнеса



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

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!

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



Опции фармпроизводителей для аптечных сетей



1. Общерыночные

а. Хороший продукт

1.1.1. Фармацевтические характеристики

1.1.2. Экономические характеристики

1.1.3. Общественное мнение

б. Создание спроса

1. Работа с врачами

2. Реклама

3. Работа с потребителями

в. Способность создавать и контролировать доходность на каждом уровне дистрибуции

г. Правильно планируют запасы на всех уровнях товаропроводящей цепочки



2. В аптечной сети.

а. Фиксированные платежи за внеопционные опции

1. Отчёты

2. Обучение

3. Выплаты за наличие товара, листинг, НТЗ

4. Мерчандайзинг и трейд-маркетинг

б. Оплата управления продажами

а. Загрузка

б. Предложи, Замени

в. "Сесть на поток", паразитирование

в. Суперопции

а. Эксклюзив, ограниченный эксклюзив

б. Сверхвыплаты (уСТМ)

в. Private Label

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



Категорийный
менеджмент в аптечной
сети



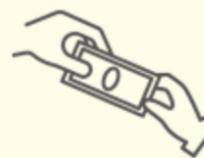
ФАРМПРОИЗВОДИТЕЛЯМ



Диагностика
коммерческих условий
работы с сетями



Тренинги для
фармпроизводителей



Оптимизация
маркетинговых выплат
аптечным сетям



Организация и
проведение
переговоров с АС

Liso✓skiyP.com

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