в

# Эффективное продвижение препаратов на аптечном рынке

1. Анализ фармрынка, развитие аптечного сегмента, экономика и процессы аптечных сетей, эффективное взаимодействие фармпроизводителя с сетями.

2. Составление пакетов, определение условий, классификация сетей, конструктор маркетинговых опций



Август 2023

# Эффективное продвижение препаратов на аптечном рынке

## I. Вводный блок:

1. Обзор ситуации на аптечном рынке, перспективы 2023-2024 и возможные законодательные изменения;
2. Драйверы роста аптечного рынка. Какие могут быть точки роста.
3. Риск регулирования маркетинговых выплат, как это отразится на логике работы товаропроводящей цепочки.
4. Изменение подходов к работе с аптечными сетями среди фармпроизводителей. Смена парадигмы планирования, пересмотр бюджетов, обновление логики работы с аптечными сетями (основные тезисы).
5. Основные ошибки фармпроизводителей при работе с аптечными сетями;
	1. Отсутствие внятной коммерческой политики;
	2. Попытка работать со всеми сетями;
	3. “Одинаковые” условия для аптечных сетей разного типа
	4. “Расслабленность” при контроле выполнения условий контракта
	5. Платят не так и не за то, что нужно;
	6. Необоснованный план.

## II. Аптечный рынок

1. Экономика аптечных сетей;
	1. Как зарабатывает аптечная сеть?
	2. Основные финансовые показатели аптечной сети;
	3. Структура доходов аптечной сети, роль фармпроизводителя в формировании прибыли в аптечном бизнесе;
	4. Определение фронт и бэк маржи. В чём ключевые различия?
	5. Почему бэк маржа не равноценна фронт марже?
2. Блок информации об аптечном бизнесе;
3. Как аптечные сети оценивают фармпроизводителей и сравнивают условия по контрактам.

## III. Классификация и управляемость аптечных сетей

Создание инструмента дифференцированного подхода к аптечному рынку.

1. Типы аптечных сетей (различные срезы по территориям федеральные-региональные-локальные, по организационной модели, по экономической модели и т.д.);
2. Классификация по финансовым и рыночным показателям аптечных сетей;
3. Управленческие характеристики аптечных сетей, определение возможностей руководства сети по управлению продажами.
4. Экспресс анализ эффективности управления основными процессами в аптечной сети (для фармпроизводителей):
	1. Управление ассортиментом, автозаказ:
	2. Управление ценообразованием в сети:
	3. Управление рекомендацией фармацевта.
	4. Определение уровня управляемости продажами в сети;
	5. Оценка системы IT-поддержки рекомендации фармацевта;
	6. Системы оплаты труда в аптечных сетях и их влияние на управление продажами и рекомендацию фармацевтов.
5. Модель классификации аптечных сетей по финансово-экономическим и организационно-управленческим характеристикам;
6. «Калькулятор» индекса управляемости аптечных сетей для их классификации;
7. Кейс

## IV. Экономика и конкуренция внутри товарной категории:

1. Оценка конкурентного окружения OTC- и Rx- препаратов фармкомпании в товарной категории.
2. Как аптечные сети оценивают коммерческую привлекательность препаратов;
3. Категорийный менеджмент и кластерный анализ для фармпроизводителя.
4. Экономические профили препаратов, как их использовать и комбинировать в маркетинговом контракте.
5. Теория и практика аптечного категорийного менеджмента;
6. Много кейсов на товарных категориях и МНН-кластерах, в которые входят препараты компании.

## V. Составление маркетингового контракта с аптечной сетью

1. Что нужно аптечной сети от фармпроизводителя?
2. Что нужно фармпроизводителю от аптечной сети?
3. Коммерческие основы маркетингового контракта;
4. Экономические принципы составления пакетов препаратов;
5. Создание правильных экономических связей между пакетами препаратов внутри маркетингового контракта;
6. Защита доли «слабых» препаратов в пакете
7. Использование коммерчески «сильных» препаратов в пакетах для создания взаимосвязей внутри контракта и увеличения экономической привлекательности контракта для сети.
8. Расчёт бюджета на контракт/портфель/пакет.

## VI. Способы и типы оплаты по контракту

1. Как определить стратегию и объем выплат по отдельным позициям? Экономический подход.
2. Какие существуют типы выплат в аптечной сети? Их отличия, преимущества и недостатки:
	1. Типы фиксированных выплат. Когда фиксированные выплаты обоснованы/эффективны?
	2. Какие опции аптечных сетей следует покупать за фиксированные выплаты?
	3. Типы объемных соглашений. Математика выплат. Разница между открытым, закрытым и ступенчатым объёмным соглашением.
3. Типы выплат: когда лучше фиксированные выплаты, а когда объемник?
4. Способы оплаты: открытый или закрытый бонус, ступенчатый или может без плана?
5. Разделение выплат, как сконцентрировать выплаты на «слабых», но важных товарах или участках пакета?
6. Как увеличить процент выплат по объемному соглашению, не увеличивая их в абсолютном значении или как платить «больше, но меньше»?
7. Как на стратегию и объем выплат может влиять тип аптечной сети?

## VII. Конструктор маркетинговых опций контракта Фармпроизводителя.

*Как совместить классификацию аптечных сетей, пакеты препаратов, маркетинговые опции, значения приростов и объемы выплат? Какие факторы нужно учесть при подготовке маркетингового контракта с аптечными сетями?*

1. Что кроме денег интересует аптечные сети?
2. Опции фармпроизводителя для аптечной сети;
3. Инструменты дифференцированной оплаты контракта в зависимости от типа сети.
4. Применение принципа гибкого маркетингового контракта:
	1. Концепция экономико-управленческой классификации аптечных сетей;
	2. Определение и использование экономического профиля препаратов компании в ходе оценка конкурентного окружения в категории, кластере;
	3. Условия оплаты по пакетам и контракту в целом.
	4. Разработка маркетинговых опций контракта для аптечной сети.

## VIII. Анализ эффективности и оптимизация работы КАМов с сетями.

Кейсы по разработке планов работы КАМов в подписную кампанию.

## iX. Построение дистрибьюторской политики и эффективной товаропроводящей цепочки\*

1. Увеличение рентабельности продаж;
2. Разработка экономически обоснованного ценового позиционирования препаратов компании;
3. Построение и эффективное управление товаропроводящей цепочкой «Производитель — Дистрибьютор — Аптечная сеть»;
4. Построение сетей дистрибуции, открытие новых каналов продаж;
5. Управление ценообразованием.

\* дополнительный блок, если останется время

# Об авторе программы

* **Ведущий международный экономист-эксперт на фармацевтических рынках стран СНГ;**
* кандидат экономических наук;
* Преподаватель курса MBA PricewaterhouseCoopers (PWC) специализация Фармацевтический бизнес;
* Автор курсов в Школе Фармацевтического Маркетинга Ipsos;
* Привлеченный консультант IQVIA;
* Привлеченный эксперт KPMG;
* Действительный участник Российской Ассоциации Фармацевтического Маркетинга (РАФМ);
* Постоянный участник и модератор крупнейших специализированных конференций, спикер в странах РФ, СНГ, Европы.

#### СМИ

* Приглашенный эксперт в ведущих деловых СМИ (Коммерсант, Ведомости, РБК) и участник деловых ТВ-программ (РБК-ТВ, Известия, и т.д.).
* Постоянный автор ведущего информационного издания для профессионалов фармацевтического рынка «Фармвестник»;

#### Книги, статьи, публикации:

* Автор книги-бестселлера для руководителей аптечного бизнеса **«Аптека в плюсе».**
* Автор книги по аптечному бизнесу: «15 глав об увеличении прибыльности аптечного бизнеса», соавтор книги для фармспециалистов: «Фармконсультация quantum satis».
* Автор и соавтор более 100 работ по актуальным вопросам развития фармацевтического коммерческого рынка.

#### Профессиональные факты:

* Реализованные проекты с крупнейшими аптечными сетями (входящими в ТОП-10 сетей каждой из стран) в России, Украине, Казахстане, Узбекистане, Киргизии;
* Работа с сетями различного уровня во всех регионах России и ближнего зарубежья.
* Разработка маркетинговых контрактов крупнейшим фармпроизводителям (относящихся к BigPharma) для фармрынков России, Украины.
* Обучение сотрудников коммерческой и маркетинговых служб фармпроизводителей ведущих фармкомпаний.

### СРЕДИ КЛИЕНТОВ, ТАКИЕ КОМПАНИИ КАК:

* **Фармпроизводители:**
	+ ТОП 10 производителей: Bayer, Sanofi, Novartis, OTCpharm, Servier, Teva, Stada;
	+ ТОП 20 производителей: Abbott, Gedeon Richter, Pfizer, Astellas, Johnson&Johnson.
	+ ТОП 50 производителей: MSD, Bionorica, Egis, Polpharma, Merz, Dr. Reddy’s, Glenmark, Merk, LeoPharm, Акрихин, Sandoz, Woerwagpharma, Сотекс, Zambon, Angelini, Вертекс, Sunpharma, Glenmark, Boiron, Jadran, Alvogen, Amgen и многие др.
* **Фармдистрибьюторы**: Медэкспорт, Протек, Катрен, Годовалов и Шаврин.
* **Исследовательские компании:** KPMG, PWC, IQVIA, DSM group, Ipsos;
* **Крупнейшие аптечные сети:**
	+ ТОП 10 сетей России: Фармакопейка (Омск), Фармимпекс, Твой Доктор (Тула), Вита (Поволжье), ex. Имплозия (Самара), Планета Здоровья (Пермь), Фармленд (Уфа).
	+ ТОП 20 сетей России: Аптека Таймер/Годовалов и Шаврин (Пермь), Максавит, Социальные аптеки (Ростов-на-Дону), Губернские Аптеки (Красноярск);
	+ ТОП 50 сетей России: Farmani&Аптечество (Нижний Новгород), Областной Аптечный Склад (Челябинск), Амурфармация, Вита Плюс (Пятигорск).

и многие другие большие, средние и малые аптечные сети России, Украины, Беларуси, Казахстана, Узбекистана, Кыргызстана.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Павел ЛИСОВСКИЙ**, к.э.н.Управляющий Партнёр "Проектирование систем управления".Консультант по увеличению прибыльности бизнесаДействительный участник РАФМЗвоните: **+7 (906) 226-81-09**Пишите: Pavel@LisovskiyP.comИзучайте: [http://LisovskiyP.com](http://lisovskiyp.com/) – технологии увеличения прибыльности вашего бизнеса

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| [Увеличиваем прибыльность аптечных сетей](http://lisovskiyp.com/aptechnym-setyam/) | || | [Повышаем эффективность фармкомпаний](http://lisovskiyp.com/farmproizvoditelyam/)  |
| [Обучаем персонал](http://lisovskiyp.com/training/) | || | [Делимся знаниями](http://lisovskiyp.com/publications/) |

Подписывайтесь на обновления в соцсетях:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| https://ci4.googleusercontent.com/proxy/PkSH9glkuPgv9ay4ZFzg-h2PDgXOg-2tm1aCnfR2RGMkP6t_y4jKwD6v8d3yUv_b6dnPeg=s0-d-e1-ft#http://savepic.net/7988675.png | twitter | instagram |  |
|  |  |  |  |

 |