

Экономические технологии
увеличения прибыльности аптечного бизнеса.

Просто. Логично. Прибыльно

УВЕЛИЧЕНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ВЫПЛАТ В СЕТЬ. УПРАВЛЕНИЕ КОНТРАКТАМИ С ФАРМПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ

Павел Лисовский, к.э.н.

☎ +79062268109

✉ Pavel@LisovskiyP.com

Liso[✓]skiyP.com

ЗАДАЧИ ПРОЕКТА

- АУДИТ СИСТЕМЫ РАБОТЫ С ФАРМПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ И СПОСОБНОСТИ СЕТИ ПРИВЛЕКАТЬ КОНТРАКТЫ (см. План проекта «Аудит работы с контрактами»)
- - СОЗДАНИЕ ПЕРЕЧНЯ СТАНДАРТНЫХ УСЛУГ
 - РАСЧЁТ УСЛОВИЙ
 - РАЗРАБОТКА ПАКЕТНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ И ПРАЙСА АПТЕЧНОЙ СЕТИ
- - ПОСТРОЕНИЕ РАБОТЫ ОТДЕЛА
 - РАСЧЕТ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ
- - ВНЕДРЕНИЕ В ПО БЛОКА УПРАВЛЕНИЯ КОНТРАКТАМИ
 - СВЯЗЬ С СИСТЕМОЙ УПРАВЛЕНИЯ АПТЕЧНОЙ СЕТЬЮ
 - АВТОМАТИЗАЦИЯ РАБОТЫ С МАРКЕТИНГОВЫМИ КОНТРАКТАМИ
 - АДМИНИСТРИРОВАНИЕ БЭК МАРЖИ

РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОЕКТА

- ПРИВЛЕЧЕНИЕ НОВЫХ КОНТРАКТОВ
- УВЕЛИЧЕНИЕ ПРОДАЖ УСЛУГ СЕТИ
- УЛУЧШЕНИЕ ИСПОЛНЕНИЕ КОНТРАКТОВ
- УВЕЛИЧЕНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ВЫПЛАТ В СЕТЬ

КРАТКОЕ РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА:

- 1** ПРОАНАЛИЗИРОВАТЬ
ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАБОТЫ СЕТИ
С ФАРМПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ
- 2** УПОРЯДОЧИТЬ РАБОТУ
С КОНТРАКТАМИ
- 3** ПОСТРОИТЬ БЛОК УПРАВЛЕНИЯ
КОНТРАКТАМИ В ПО,
СВЯЗАТЬ ЭТОТ БЛОК
С СИСТЕМОЙ УПРАВЛЕНИЯ
АПТЕЧНОЙ СЕТЬЮ
- 4** НАСТРОИТЬ РАБОТУ
СОТРУДНИКОВ
В НОВОЙ МОДЕЛИ

КРАТКИЙ ПЛАН ОСНОВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

- 1. Аудит системы работы с фармпроизводителями и способности привлечению контрактов;**
(см. «План Проекта Анализ работы с контрактами»)
 - 1.1. Оценка финансовых показателей;
 - 1.2. Аудит условий подписанных контрактов и способности сети продавать свои услуги;
 - 1.3. Аудит способности сети администрировать и управлять контрактами;
 - 1.4. Аудит системы исполнения контрактов;
 - 1.5. Анализ базы фармпроизводителей и методов работы с ней;
- 2. Разработка и внедрение модели управления и контрактами в аптечной сети;**
 - 2.1. Создание стандартных типов контрактов (категоризация контрактов);
 - 2.2. Утверждение прайса аптечной сети (см. «Краткий план Прайс аптечной сети»).
 - 2.3. Создание коммерческой модели контракта и методов оценки привлекательности кон-тракта;
 - 2.4. Расчет пакетов условий;
 - 2.5. Внедрение блока, управления контрактами в ПО;
- 3. Оптимизация взаимодействия всех процессов сети с задачами маркетингового отдела.**
- 4. Внедрение в ПО блока управления контрактами, автоматизация задач, администрирование бэк-маржи.**

**КОММЕРЧЕСКОЕ
ПРЕДЛОЖЕНИЕ**



ДЛИТЕЛЬНОСТЬ
ОТ 2-3 МЕСЯЦЕВ ДО 5 МЕСЯЦЕВ



СТОИМОСТЬ от 1,5 МЛН. РУБ.
В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ИСХОДНОГО УРОВНЯ АПТЕЧНОЙ СЕТИ.

План внедрения ПРОЕКТА ПРИВЛЕЧЕНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫМИ КОНТРАКТАМИ

ЗАДАЧА		КОММЕНТАРИИ	ОПТИМАЛЬНЫЕ СРОКИ ЭТАПА
I.	ЧАСТЬ 1. АУДИТ СПОСОБНОСТИ АС ПРИВЛЕКАТЬ И УПРАВЛЯТЬ ВЫПОЛНЕНИЕМ МАРКЕТИНГОВЫХ КОНТРАКТОВ		10 дней
1.1.	Оценка финансовых показателей		
1.1.1.	Оценка финансовых целей и утвержденных ключевых показателей эффективности		
1.1.2.	Оценка эффективности работы отдела по работе с фармпроизводителя по объективным коммерческим поазателям за 2023 и плана на 2024 год	На основе отчета по основным финансовым показателям эффективности принятых на рынке	
1.1.3.	Сравнение условий основных маркетинговых контрактов с условиями в других сетях (опционально)		
1.2.	Аудит модели привлечения контрактов		
1.2.1.	Оценка наличия системы категоризации контрактов под стандартные типы		
1.2.2.	Оценка перечня предоставляемых АС услуг фармпроизводителю		
1.2.3.	Оценка наличия стандартного прайса на услуги с учетом их себестоимости для АС.		
1.2.4.	Оценка задач и планов по работе с производителями	Правильные ли задачи? Нет ли ситуации, что фокус на дорогие в выполнении задачи, а простые задачи не продают?	
1.2.5.	Наличие пакетов услуг для производителей		
1.2.6.	Оценка способности сотрудников привлекать контракты и KPI отдела по привлечению контрактов		
1.3.	Аудит системы управления контрактами		
1.3.1.	Оценка системы “рейтингования” контрактов, для понимания, какие контракты выполнять в первую очередь	В том числе оценка модели принятия решений о исполнении контрактов при высокой конкуренции в категории	
1.3.2.	Оценка блока (автоматизированного) управления контрактами в ПО		
1.3.3.	Оценка возможностей сотрудников управлять контрактами и их KPI	Оценка оптимального количества персонала для выполнения задач	
1.4.	Аудит системы выполнения контрактов		
1.4.1.	Оценка модели управления закупками в разрезе исполнения контрактов		
1.4.2.	Оценка модели управления продажами в разрезе выполнения контрактов		
1.4.3.	Оценка наличия связей системы выполнения контрактов со всеми процессами аптечной сети		
1.4.4.	Оценка способности отдела резко разогнать и резко замедлить продажи по выбранным контрактам		
1.4.5.	Оценка KPI исполнителей и модели бонусирования фармацевтов в разрезу исполнения контрактов		
II.	ЧАСТЬ 2. РАЗРАБОТКА ПЛАНА РЕАЛИЗАЦИИ КАЖДОГО НАПРАВЛЕНИЯ		2 недели после сбора всей информации
2.1.	Коммерческие показатели работы АС с фармпроизводителями		
2.1.1.	Расчет возможности и уровня увеличения маркетинговых выплат аптечной сети		
2.2.	План оптимизации модели привлечения контрактов		
2.2.1.	План по созданию категоризации клиентов		
2.2.2.	План по развитию перечня услуг предоставляемых АС фармпроизводителям, методов оценки их себестоимости		
2.2.3.	План по созданию прайса услуг, пакетов из услуг для фармпроизводителей.		
2.3.	План оптимизации системы управления контрактами		
2.3.1.	План создания модели рейтингования контрактов внутри ПО		
2.3.2.	План оптимизации блока управления контрактами в ПО		
2.3.3.	Расчет оптимального состава и задач отдела		
2.4.	План оптимизации системы выполнения контрактов (упраления продажами)		
2.4.1.	План оптимизации закупок и управления продажами для исполнения контрактов		
2.4.2.	План создания связей блока управления контрактами со всеми процессами аптечной сети		
2.4.3.	План разработки модели резкого ускорения и замедления продаж по выбранным контрактам		
2.4.4.	Предложения по оптимизации KPI исполнителей и модели бонусирования фармацевтов.		