

# Взаимоотношения с производителями - один из важных аспектов среднесрочной стратегии развития аптечной сети

Лукьянов М.В.

РАМФ, Москва, апрель 2009

# Стратегия и активы

---

## активы

**Краткосрочный**

прибыль от продаж и от договоров о совместной деятельности

**Среднесрочный**

развитие и сохранение квалифицированного персонала, развитие взаимоотношений с ключевыми клиентами

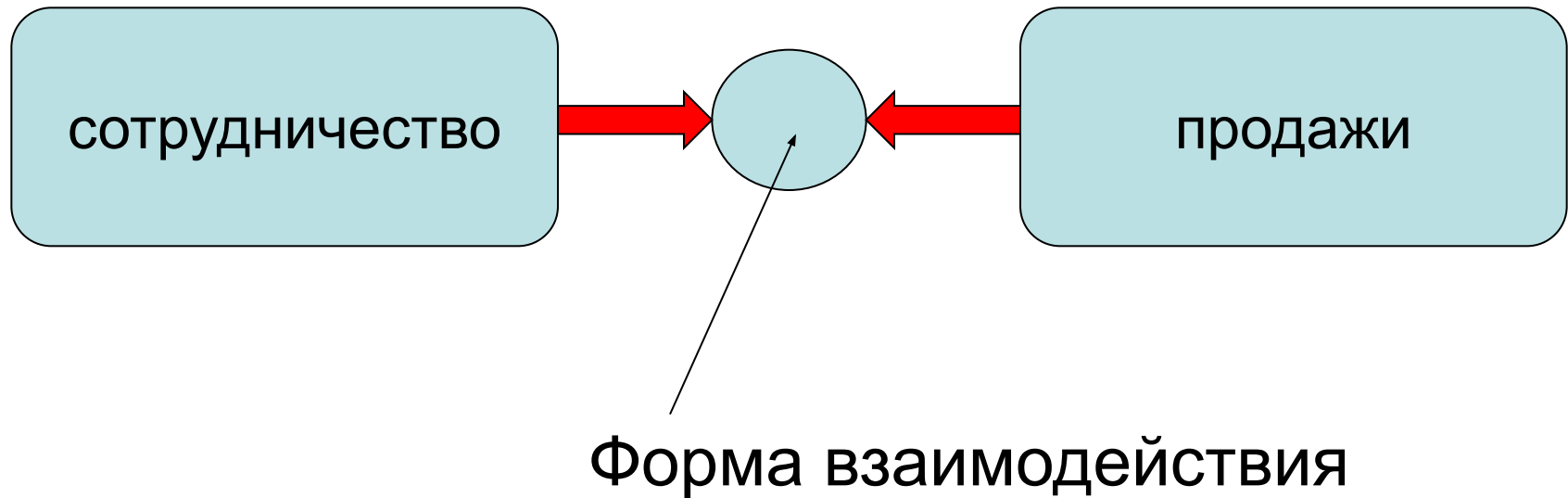
**Долгосрочный**

Создание потока постоянных потребителей на основе определения профиля постоянного потребителя

# Сотрудничество и продажи

---

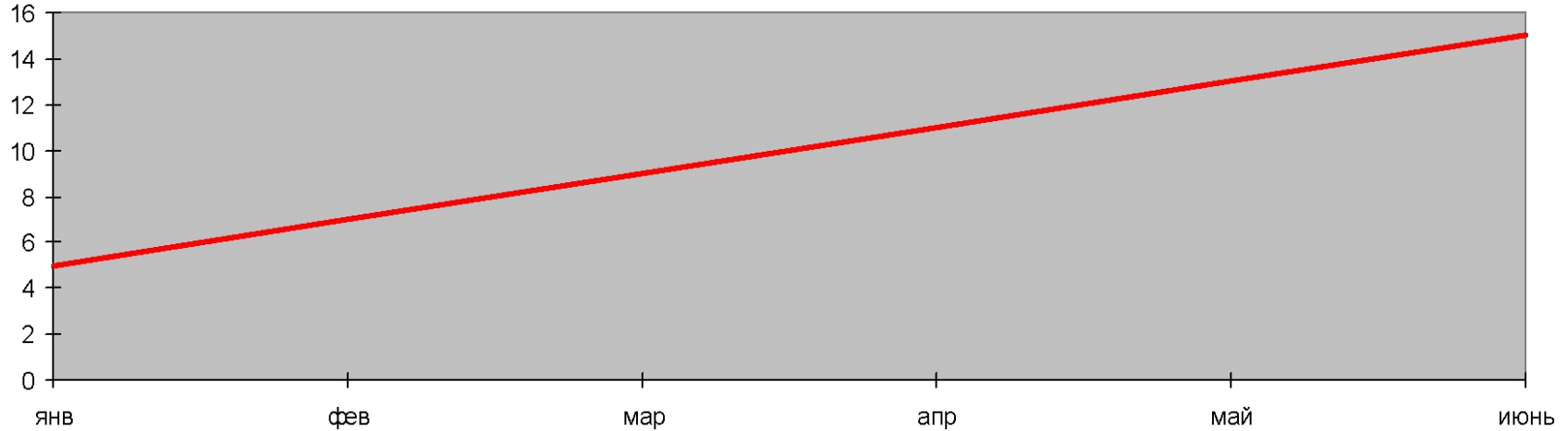
Что является финальной целью?



# Краткосрочная стратегия

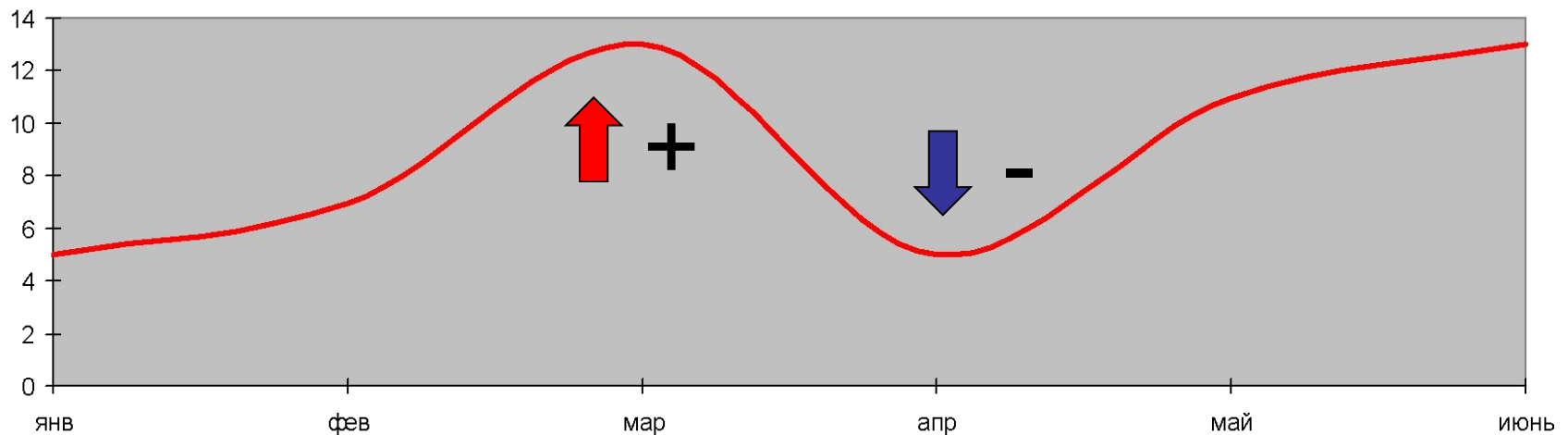
Работа по продвижению препаратов в обычном режиме

продажи



Влияние краткосрочного сотрудничества с аптечной сетью

продажи



## Среднесрочная стратегия

---

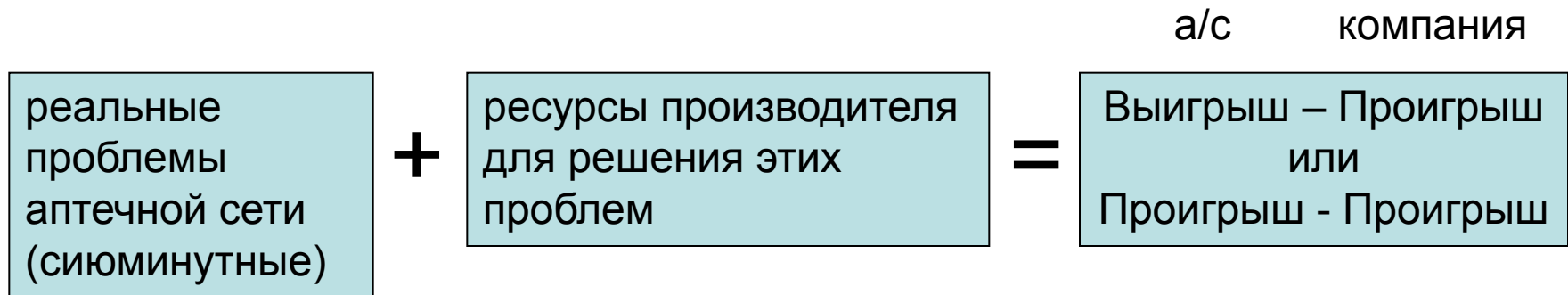
Производителя не интересует более всплеск продаж в результате конкурса, а затем провал!

Производителя интересует стабильные продажи по нарастающей

# Парадигма: Выигрыш – Выигрыш (win-win)

---

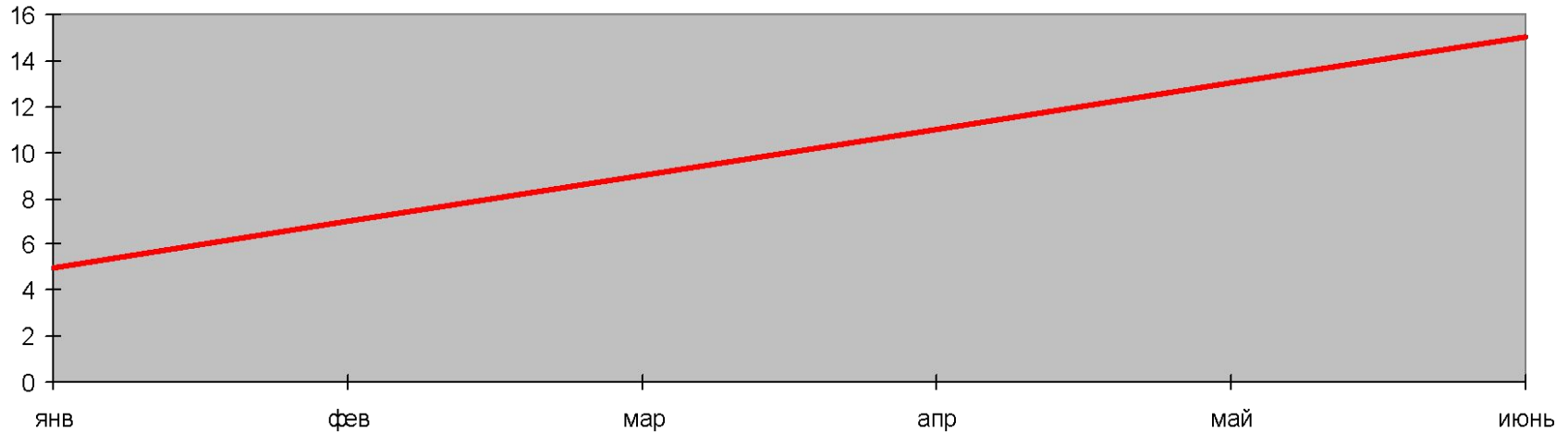
Краткосрочная стратегия (маркетинговый договор, например)



# Среднесрочная стратегия

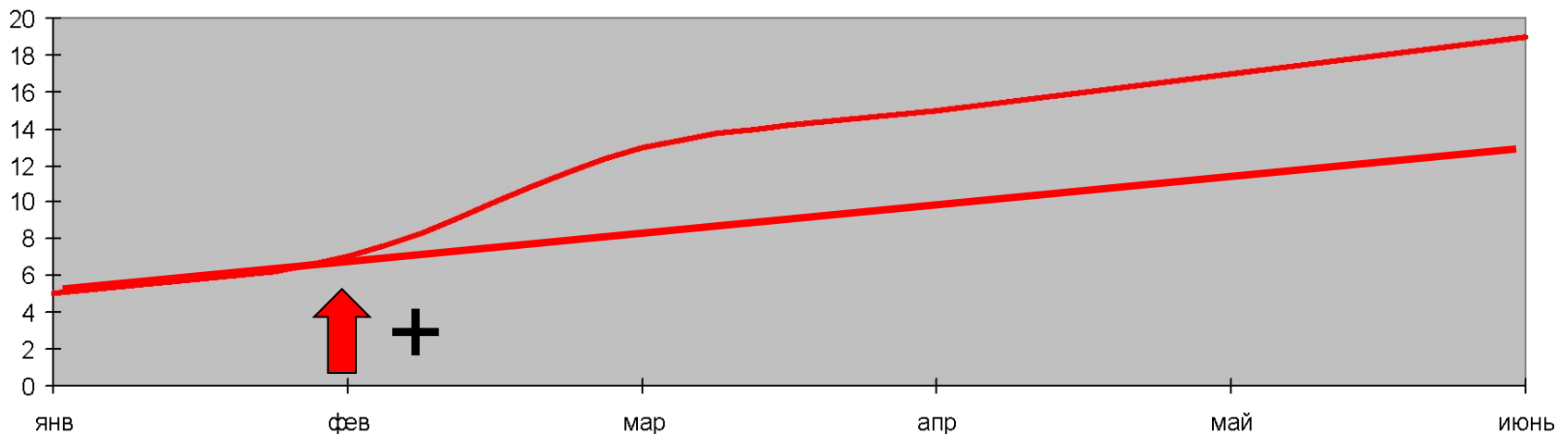
## Работа по продвижению препаратов в обычном режиме

продажи



## Влияние среднесрочного сотрудничества

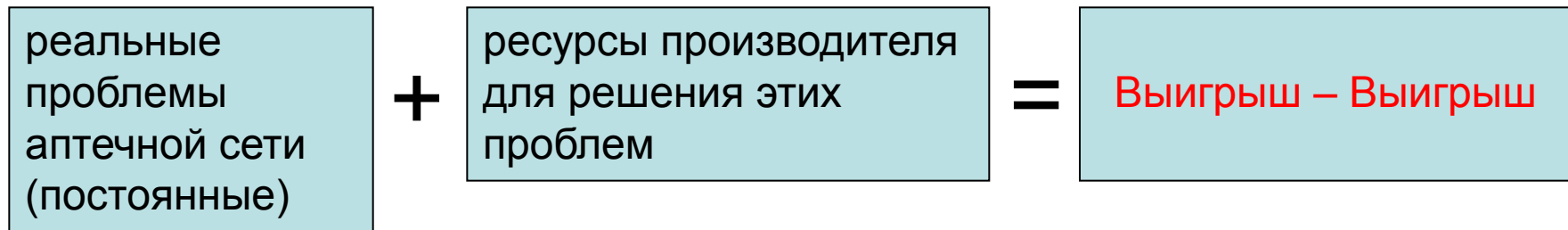
продажи



# Парадигма: Выигрыш – Выигрыш (win-win)

---

## Среднесрочная и долгосрочная стратегия





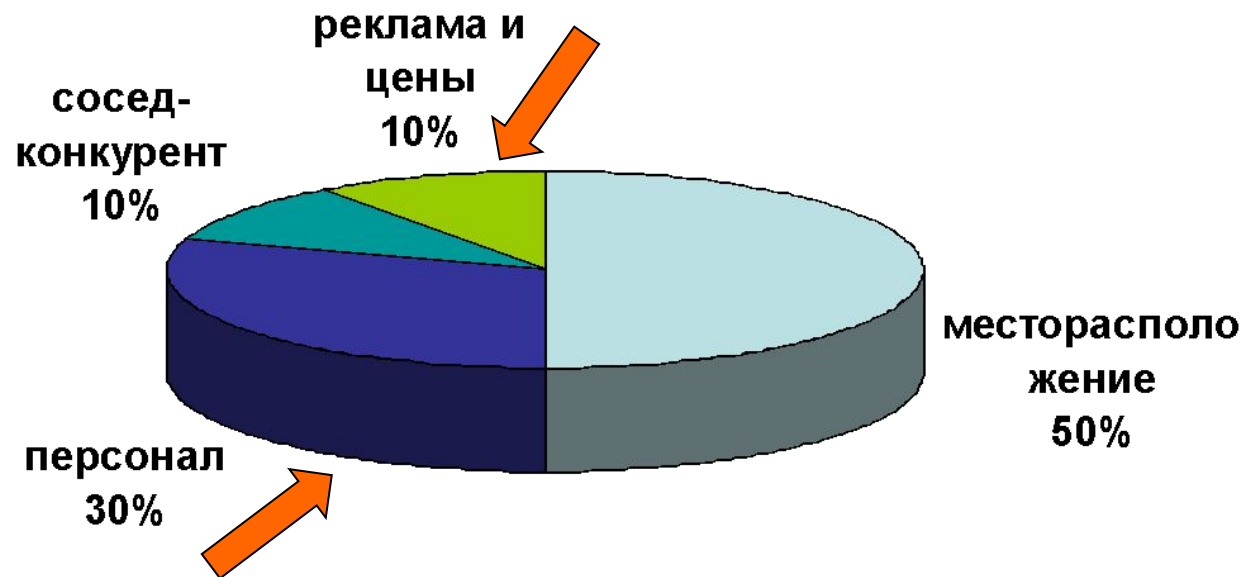
# Среднесрочная стратегия

---

развитие и сохранение квалифицированного персонала, развитие взаимоотношений с ключевыми клиентами

области сотрудничества

## Факторы успеха аптечного бизнеса



# Среднесрочная стратегия

---

развитие и сохранение квалифицированного персонала, развитие взаимоотношений с ключевыми клиентами

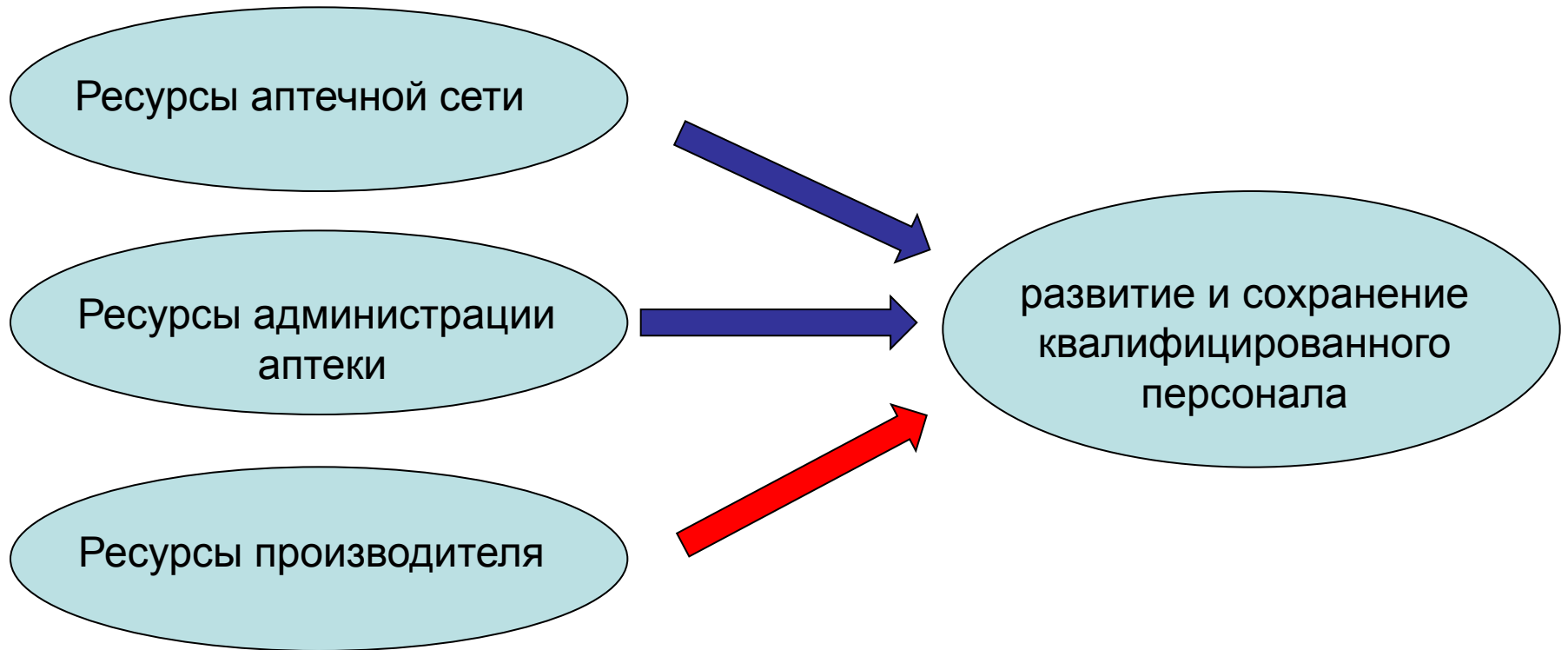
какие возможности в области развития и сохранения персонала Вы видите?

возможности в парадигме  
«Выигрыш-Выигрыш»!

# Среднесрочная стратегия

---

развитие и сохранение квалифицированного персонала, развитие взаимоотношений с ключевыми клиентами



Ресурсы производителя ограничены!

# Среднесрочная стратегия

---

## Некоторые возможности сотрудничества с производителем:

- i** Программы длительностью более одного года
- i** Программы для развития универсальных навыков первоостольников с расчетом на долгосрочную работу в сети
- i** Образовательные программы для зав аптек по универсальным навыкам руководителей, например управленческому консалтингу, привлечение, удержание и развитие лучших сотрудников
- i** Программы на привлечение новых покупателей, лояльных к сети
- i** Мерчандайзинг более 1 года, фиксирование отпускных цен на длительный срок, длительный договор на продажи и т.д.

какие возможности сотрудничества с производителями вы видите с точки зрения повышения профессионализма провизоров и качества обслуживания населения?

какие возможности сотрудничества с производителями вы видите с точки зрения привлечения новых покупателей (расширение потока постоянных потребителей)?

**Производитель готов —  
Слово за Вами ...!**

---

**Спасибо за внимание!**

РАМФ, Москва, апрель 2009