

# «Эффект губной помады» в действии



2009



**И.о. начальника Отдела  
нелекарственных средств  
Аржаков Р.С.**

# Как мы подошли к кризису

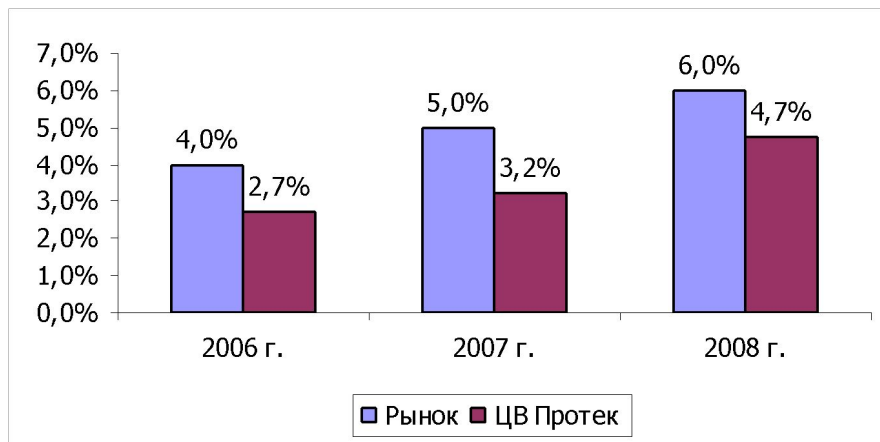


## Стратегия ЦВ Протек:

Самый широкий ассортимент  
нелекарственных товаров среди  
фарм. дистрибьюторов

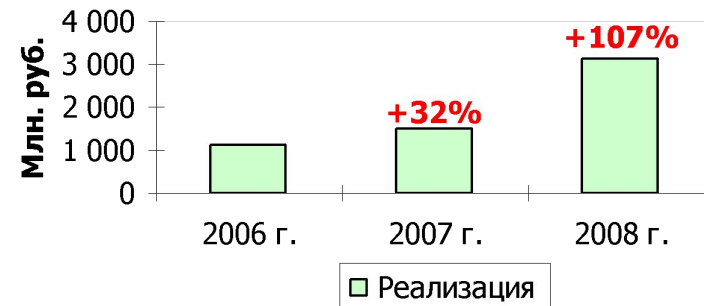
### Косметика.

#### Доля на рынке и в ЦВ Протек



### Косметика.

#### Реализация в ЦВ Протек



## Гипотеза № 1.

1. **Снижение потребления товаров для здорового образа жизни.**
2. **Сжатие ассортимента аптек за счет нелекарственных товаров.**
3. **Уход с рынка крупнейших производителей парафармы.**



**Продажи парафармацевтических товаров должны резко падать**

## Гипотеза № 2.

### 1. «Эффект губной помады»

В США в годы Великой депрессии объем производства сократился наполовину. **Исключением стали лишь косметические заводы,** продажи продукции которых резко возросли.

После терактов 11 сентября в США объем реализации косметических средств увеличился вдвое.

Источник: [www.telegraph.co.uk](http://www.telegraph.co.uk)

### 2. Крупнейшие косметические производители планы не снижают.

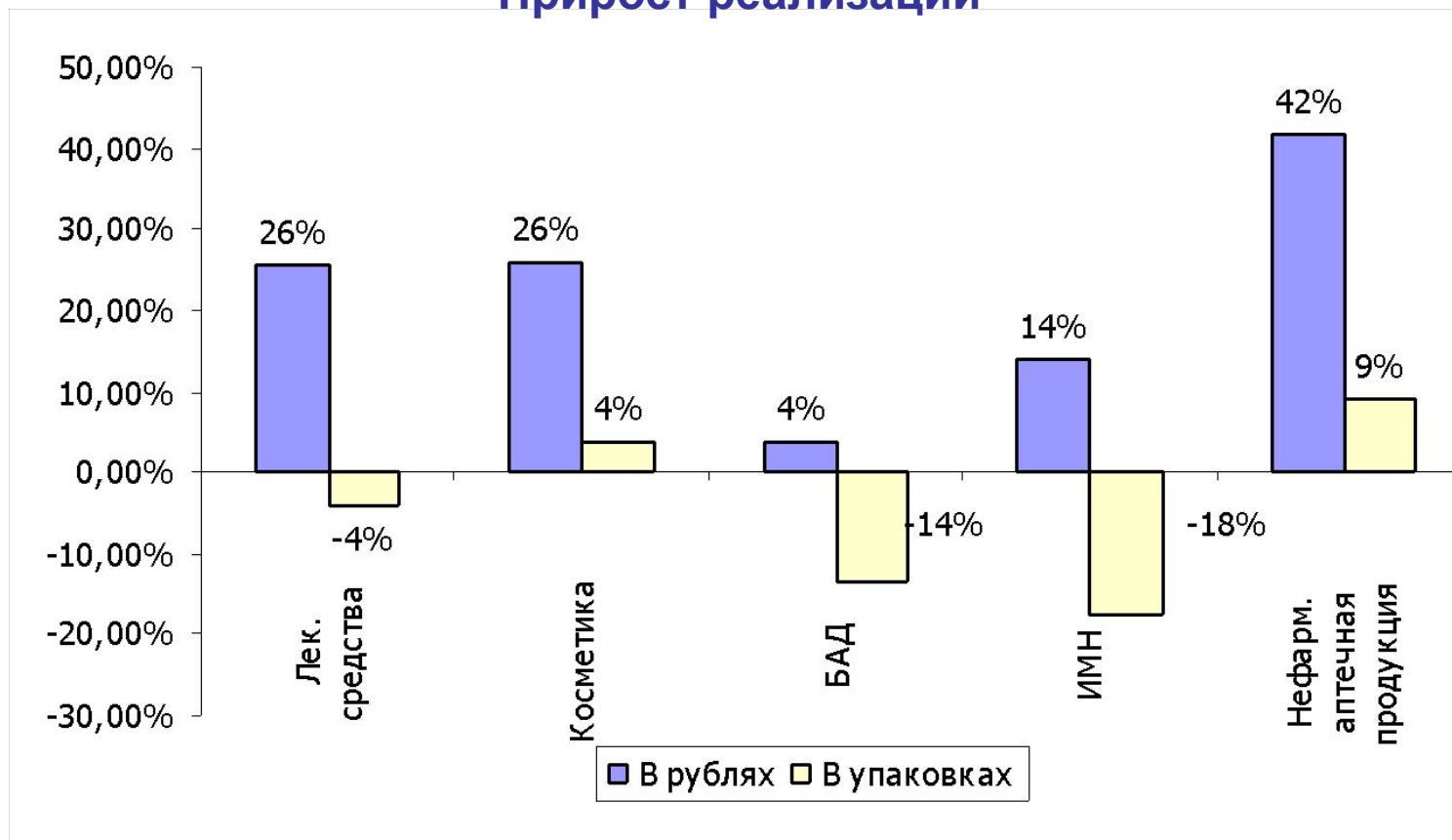


**Продажи парафармы на рынке  
должны расти.**

# Что показало вскрытие

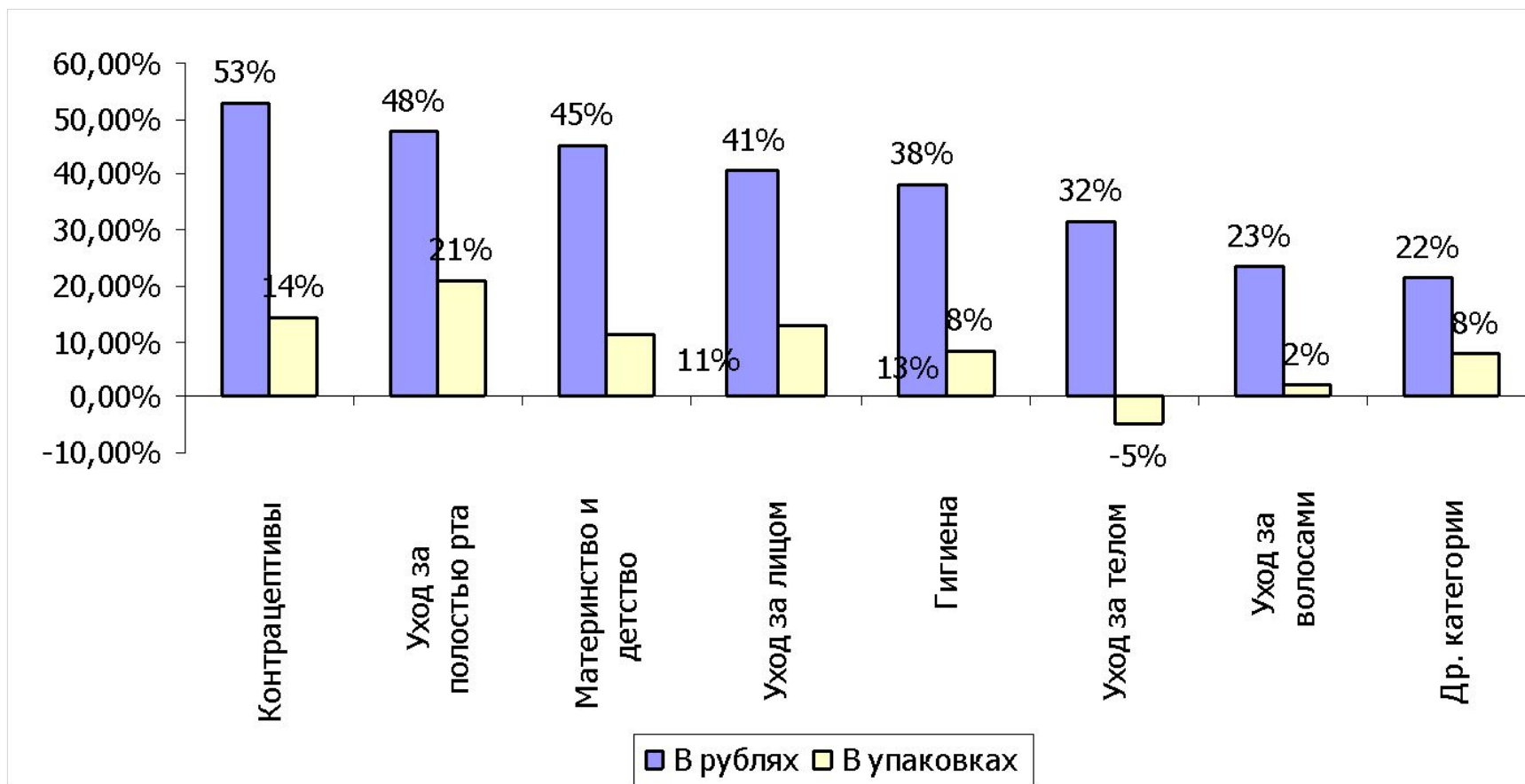
## Структура продаж по товарным группам

Январь-май 2008 и 2009 г.г.  
Прирост реализации



# Что показало вскрытие

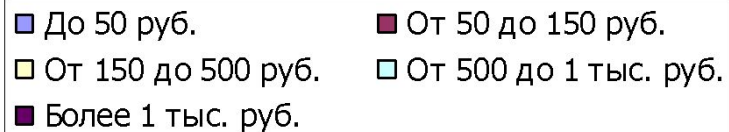
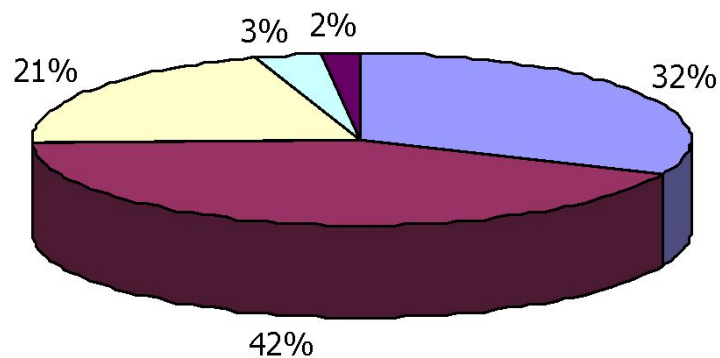
## Структура продаж по категориям (только косметика и нефарм. аптечная продукция)



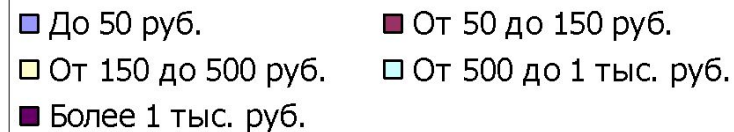
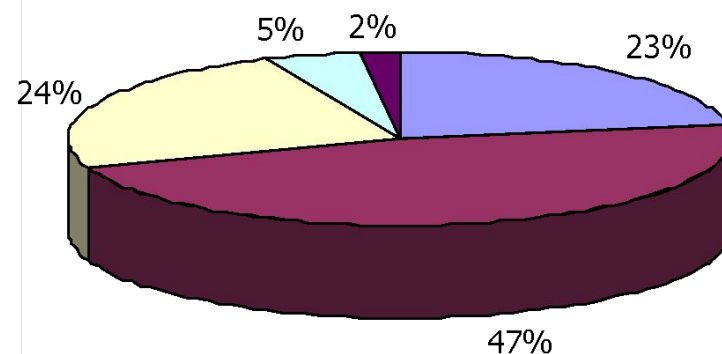
# Что показало вскрытие

## Структура продаж по ценовым нишам (только косметика и нефарм. аптечная продукция)

Январь-май 2008 г.



Январь-май 2009 г.





**Парафармацевтика в ЦВ  
Протек развивается,  
несмотря на кризис**

**Были своевременно проведены антикризисные изменения:**

- 1. Оптимизация ассортимента.**
- 2. Разделение ответственности с производителями.**
- 3. Построение активного сбыта.**





## Мы предлагаем:

### 1. Аптекам и аптечным сетям

- Сбалансированный, продаваемый и доходный ассортимент
- Качественный сервис (логистика и продвижение)

### 2. Производителям

- Совместное планирование продаж и товарного запаса по всей России
- Трехстороннее взаимодействие с крупными аптечными сетями