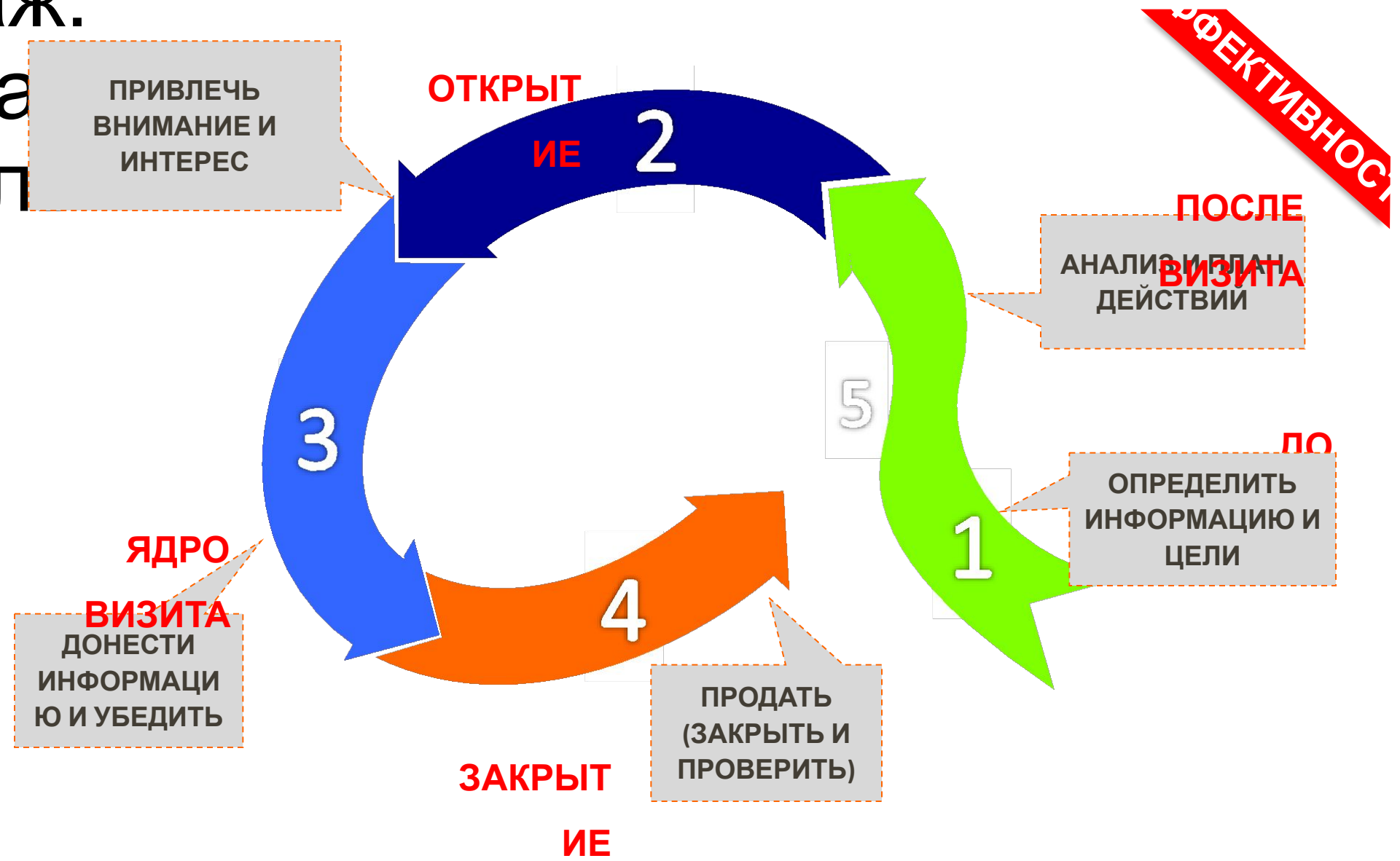




# Визит в аптеку

ФИО спикера

# Модель продаж: Альфа Модел



**Опрос:**





**По какой модели мы работаем в аптеке?**



Ответ: по какой модели мы работаем в аптеке?

# Альфа Модель





# Сходство и отличие визитов к врачу и в аптеку

# НАШИ КЛИЕНТЫ В ЛПУ

**Врач**



**Пациент**



**ПРЕДСТАВИТЕЛЬ**

# НАШИ КЛИЕНТЫ В АПТЕКЕ

**Заведующая**



Обязательно посещаем  
первой, если на  
месте

**Работник первого стола**

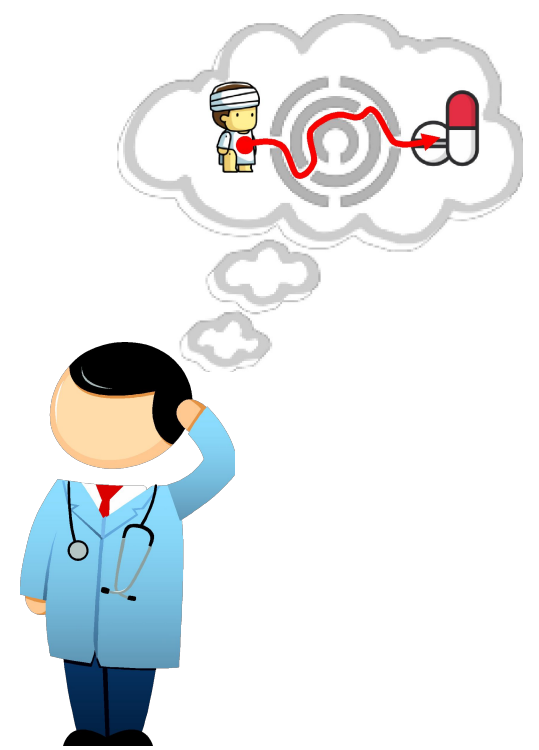
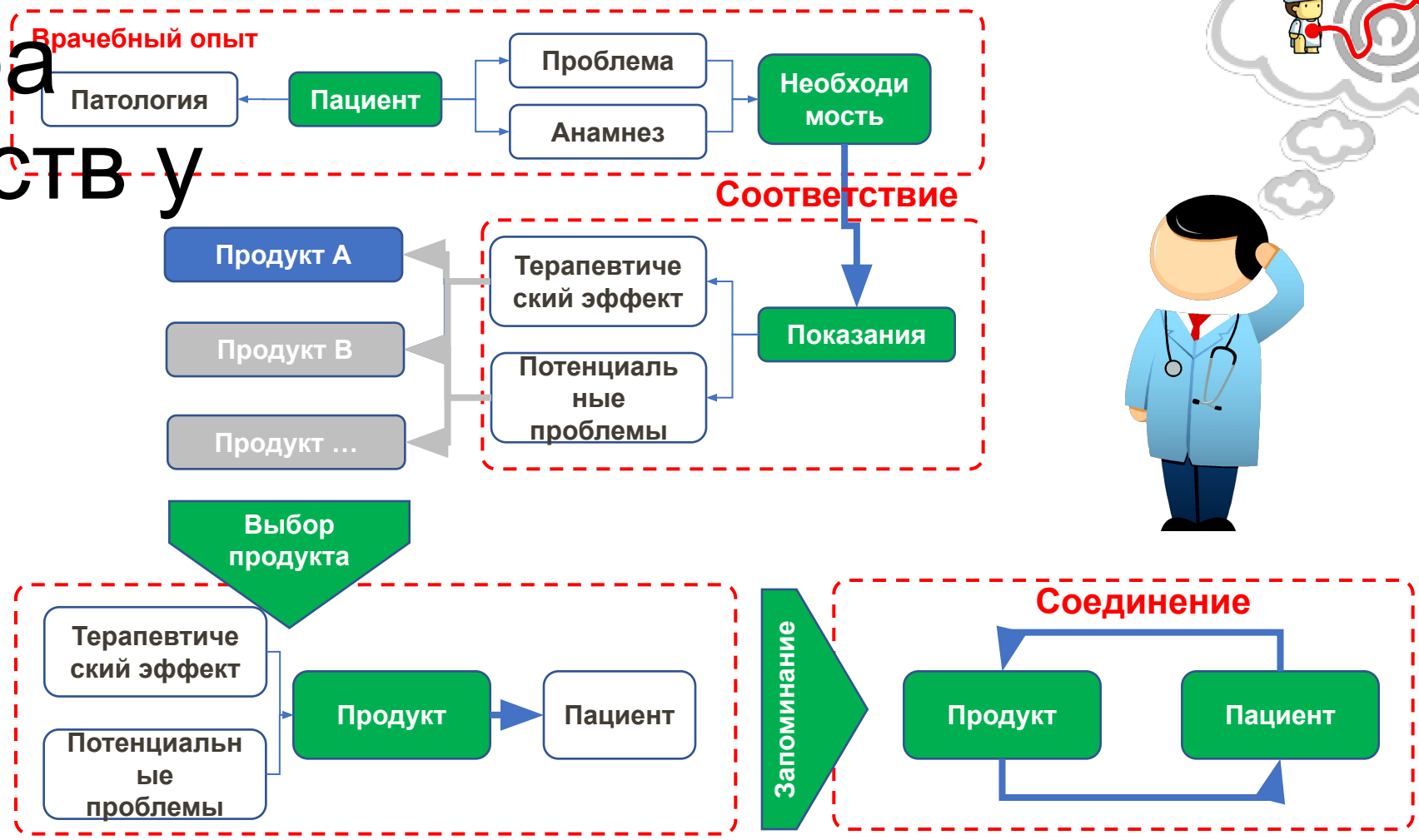


Основной  
клиент



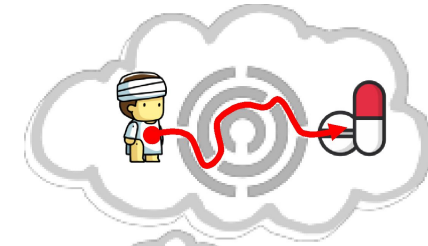
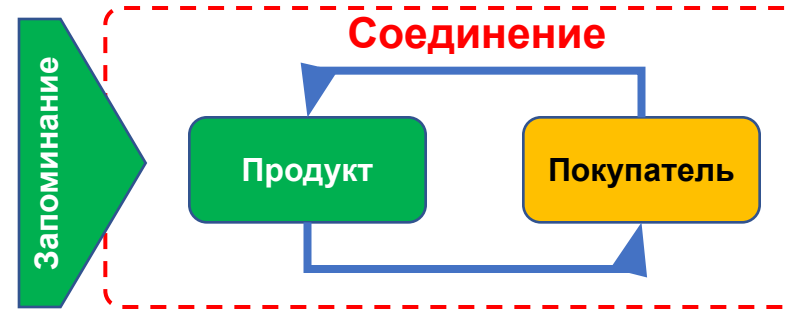
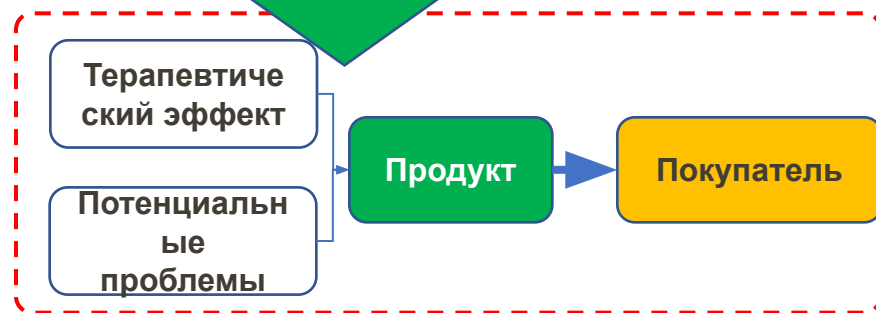
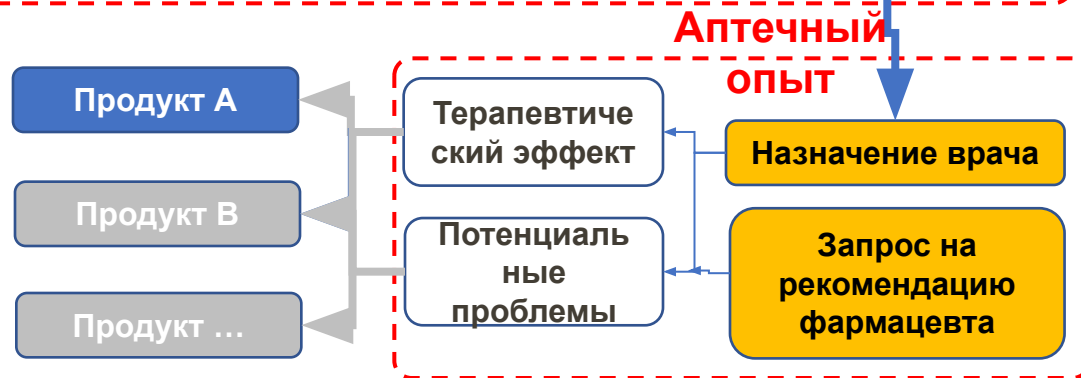
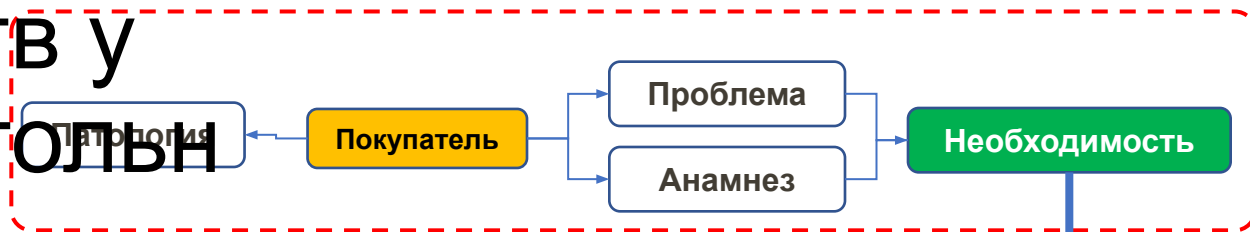
**ПРЕДСТАВИТЕЛЬ**

# Обоснование выбора лекарств у врача





# Обосновани е выбора лекарств у первостольн ика



СЕЛЛОГРАММА  
**SELLOGRAMMA**



КАК СВЯЗАТЬ?



# Цели и задачи работы в аптеке

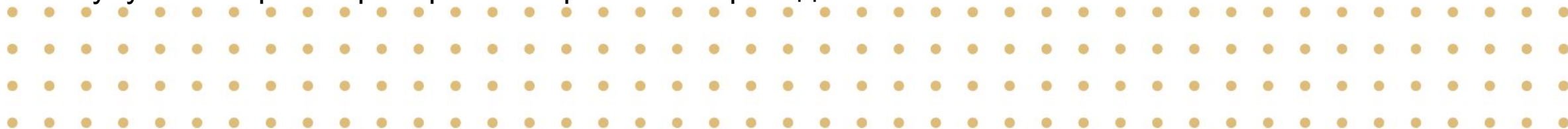
---

## Цели работы представителя:

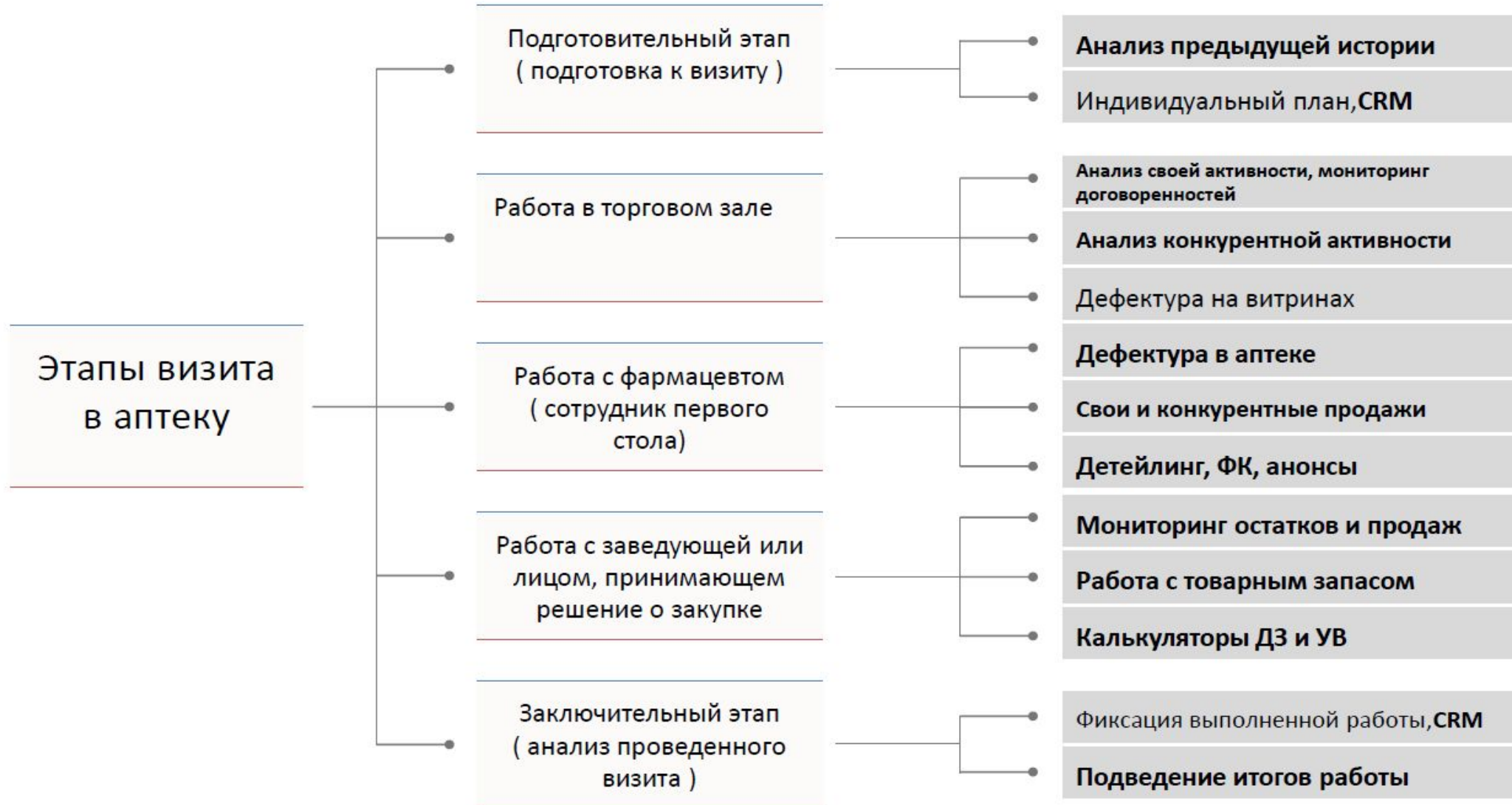
- Ликвидация дефектуры/ профилактика дефектуры
- Продвижение безрецептурных лекарств среди сотрудников аптеки (детейлинг и фармацевтический кружок среди сотрудников аптеки, информирование о рецептурных препаратах компании)
- Формирование лояльности к компании и к ее продуктам

## Задачи работы МП в аптеке:

- Ликвидировать/ спрофилактировать дефектуру
- Провести визит к заведующей или к лицу, отвечающему за товарный запас
- Продвинуть продукцию компании среди работников аптеки путем проведения детейлинга и фармкружка
- Собрать сведения о конкурентной активности (витрины и торговый зал), улучшить/проконтролировать/ провести мерчендайзинг



# Этапы работы в аптеке





# ЭТАП 1. ДО ВИЗИТА

АЛЬФА:  
Модель  
продаж для  
представите  
лей  
ЭТАП 1 – ДО  
ВИЗИТА



# АЛЬФА: Модель

продаж для **Врач**

представите

лей

ЭТАП 1 – ДО

ВИЗИТА

1

**ВОПРОС**

Знаете ли Вы вашего врача?  
Что Вы намерены делать?

2

**ЦЕЛЬ**

Мы должны проанализировать информацию,  
определить цель и план визита

3

**ПОРЯДОК  
ДЕЙСТВИЙ**

1. Анализ основной информации о враче (WHAT анализ)
2. Определение C-SMART (конкретная, измеримая, достижимая, значимая и соотносимая с конкретным сроком ) цели визита
3. План визита

**Заведующая, первостольник**

1

**ВОПРОС**

Знаете ли Вы вашего **клиента**  
(**заведующую, первостольника**)?  
Что Вы намерены делать?

2

**ЦЕЛЬ**

Мы должны проанализировать  
информацию, определить цель и план  
визита

3

**ПОРЯДОК  
ДЕЙСТВИЙ**

1. Поднять договоренности на предыдущем визите
2. Понять, что нужно сделать на предстоящем визите
3. Собрать информацию о наличии препаратов в интернете
4. Рассчитать план на аптеку, исходя из плана на территорию
5. Подготовить необходимые материалы для работы



# ЭТАП 1:

ДО  
Медицинские представители часто спрашивают: **ЧТО мне нужно знать о клиенте?**

ВРАЧ  
ВИЗИТА

Заведующая, первостольник

**Whom? Чьи?** Чьи препараты назначает врач? Мои препараты или препараты конкурента?

**How? Сколько?** Сколько он назначает моих препаратов и сколько препаратов моего конкурента?

**And why? И почему?** Почему он назначает мои препараты и почему препараты конкурента?

**Today and tomorrow? Сегодня и завтра?** Что мне нужно от врача сегодня? (цель визита)



# Посчитать, сколько аптека должна продавать

Формула заказа для калькулятора

$$\text{Заказ} = ((\text{План}/30 * X) - \text{текущий остаток}) * 1,5$$

Составляющие формулы	Расшифровка
План	Месячный план продаж аптеки в упаковках
30	Количество дней в месяце
X	Количество дней между посещениями (7, 15 или 30 в зависимости от категории аптеки)
Текущие остатки	Остатки на момент прихода в упаковках

# Перед открытием визита проводим сбор информации в торговом зале

- Выкладка
- Конкуренты
- Даты и цены
- Акции конкурентов
- мониторинг



## ЭТАП 2. ОТКРЫТИЕ



АЛЬФА:  
Модель  
продаж д  
представ  
лей  
ЭТАП 2 -  
**ОТКРЫТИЕ**

СВЯЗАТЬ С  
ПОСЛЕДНИМ  
ВИЗИТОМ...  
обсудить  
договоренности

**ОТКРЫТИЕ**

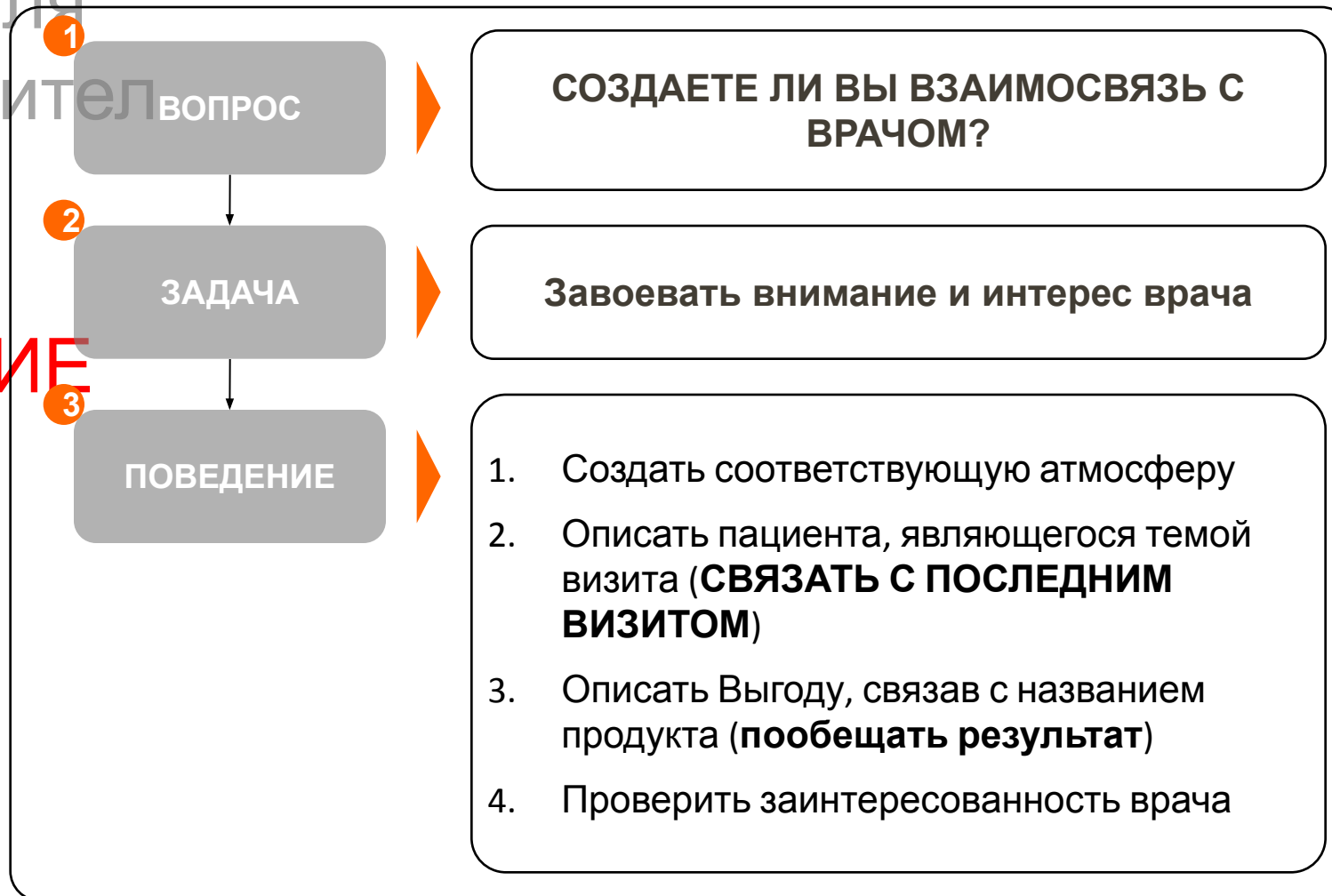
**СВЯЗАТЬ И  
обсудить  
договоренности**



**ЗАВОЕВАТЬ ВНИМАНИЕ И ИНТЕРЕС**



## У врача:



# АЛЬФА: Модель

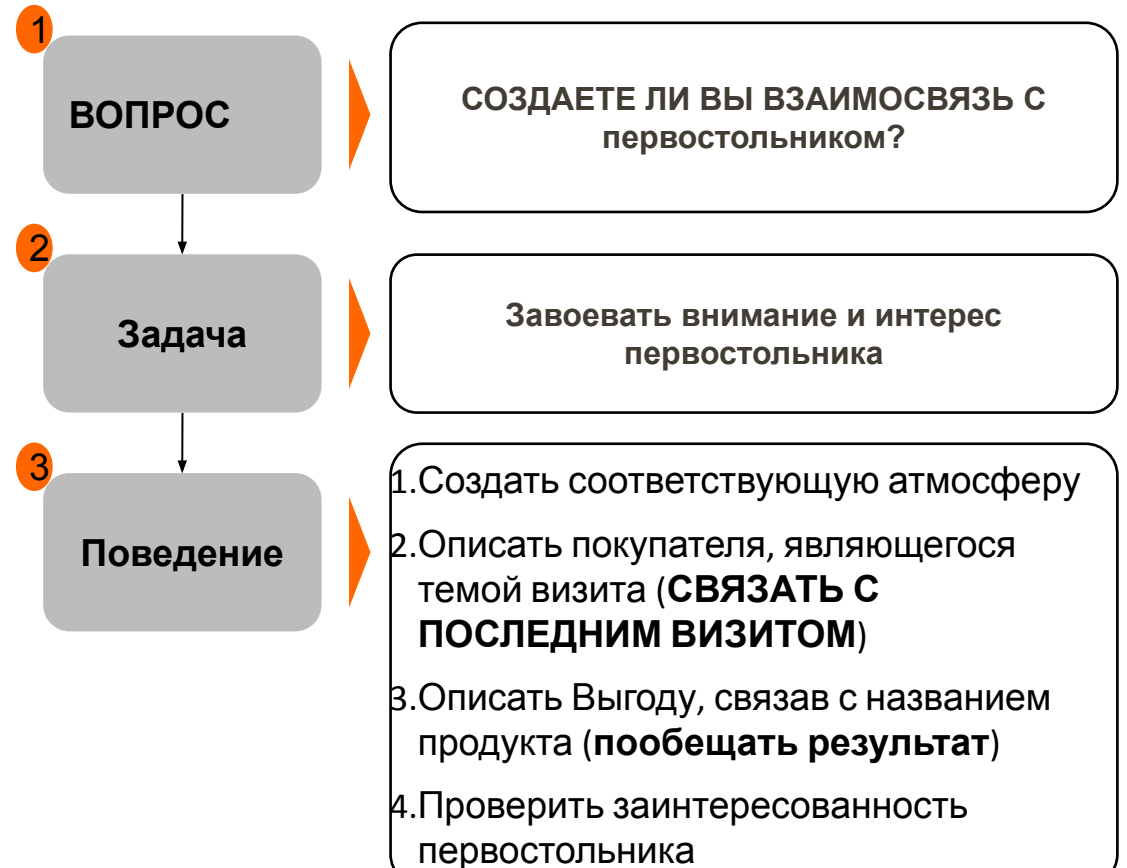
продаж для  
представител

## Заведующая

ЭТАП 2 -  
**ОТКРЫТИЕ**



## Первостольник





## ЭТАП 3. ЯДРО ВИЗИТА

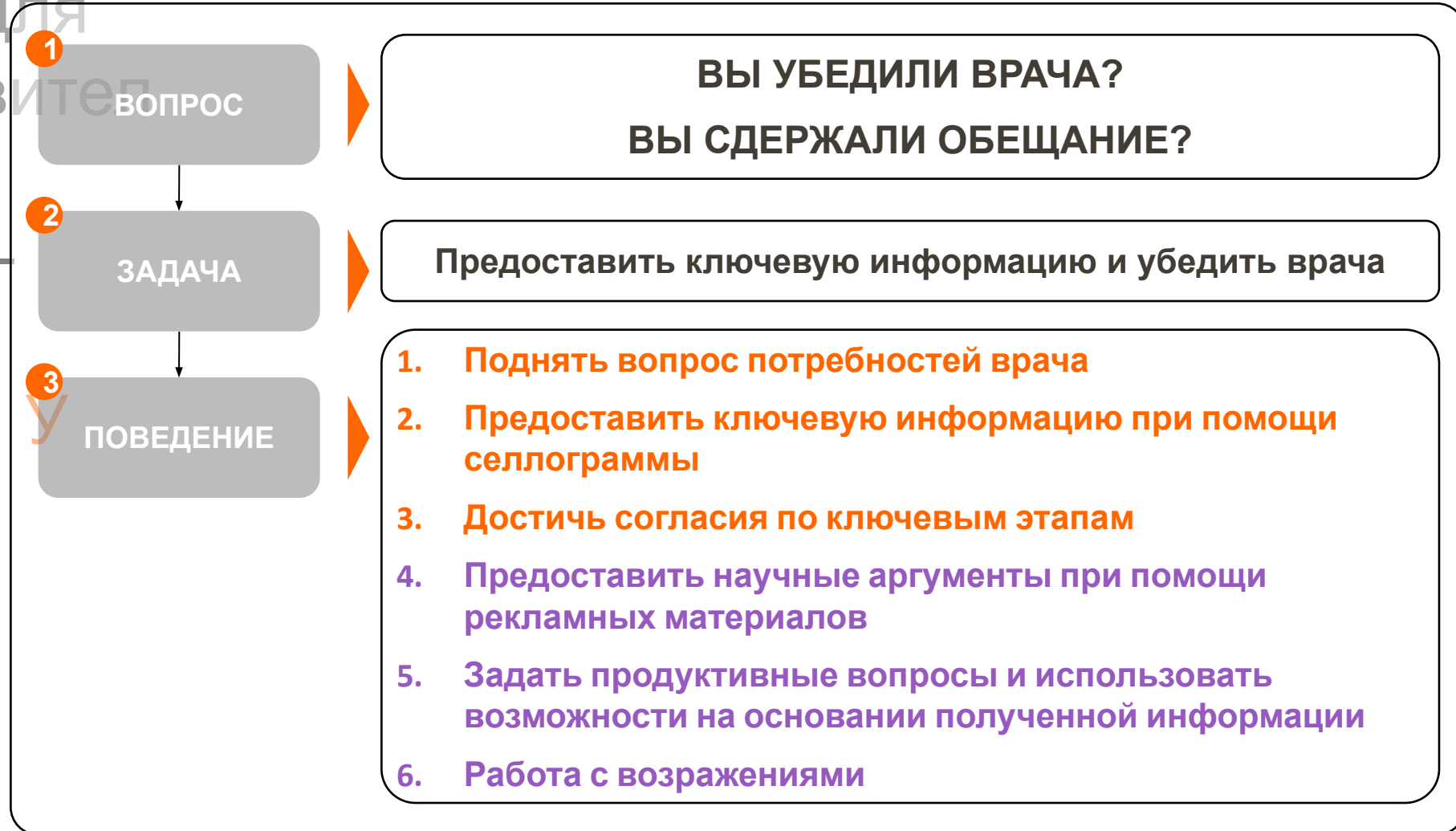
АЛЬФА: Модель  
продаж для  
представителей  
ЭТАП 3 – ЯДРО  
ВИЗИТА







АЛЬФА:  
Модель  
продаж для  
представител  
ей  
ЭТАП 3 —  
ЯДРО  
ВИЗИТА  
врача





## Заведующая

1 ВОПРОС

ВЫ УБЕДИЛИ заведующую?  
ВЫ СДЕРЖАЛИ ОБЕЩАНИЕ?

2 Задача

Предоставить ключевую информацию  
и убедить заведующую

3 Поведение

1. Поднять вопрос потребностей заведующей
2. Договориться об увеличении ТЗ продуктов компании, о вводе в ассортимент новых позиций\*
3. Достичь согласия по ключевым этапам
4. Предоставить информацию о работе с врачами в ближайших ЛПУ
5. Задать продуктивные вопросы и использовать возможности на основании полученной информации
6. Работа с возражениями

## Первостольник

1 ВОПРОС

ВЫ УБЕДИЛИ первостольника?  
ВЫ СДЕРЖАЛИ ОБЕЩАНИЕ?

2 Задача

Предоставить ключевую информацию  
и убедить первостольника

3 Поведение

1. Поднять вопрос потребностей первостольника
2. Предоставить ключевую информацию при помощи селлограммы
3. Достичь согласия по ключевым этапам
4. Предоставить аргументы при помощи рекламных материалов
5. Задать продуктивные вопросы и использовать возможности на основании полученной информации
6. Работа с возражениями

# Потребности заведующей

## *Зав. аптекой*

- Прибыль
- Престиж аптеки
- Грамотные сотрудники
- Ассортимент
- Подлинные ЛС

## *Отв. за закупки*

- Невысокие закупочные цены
- Движение препаратов
- Срок годности
- Отсутствие дефектуры
- Наличие ЛС у большинства дистрибьюторов

## *Зав. Отделом/ Администратор*

- Поток рецептов от врачей
- Грамотные первостольники
- Отсутствие дефектуры
- Увеличение стоимости ср. чека
- Личная образованность

# Потребности первостольника

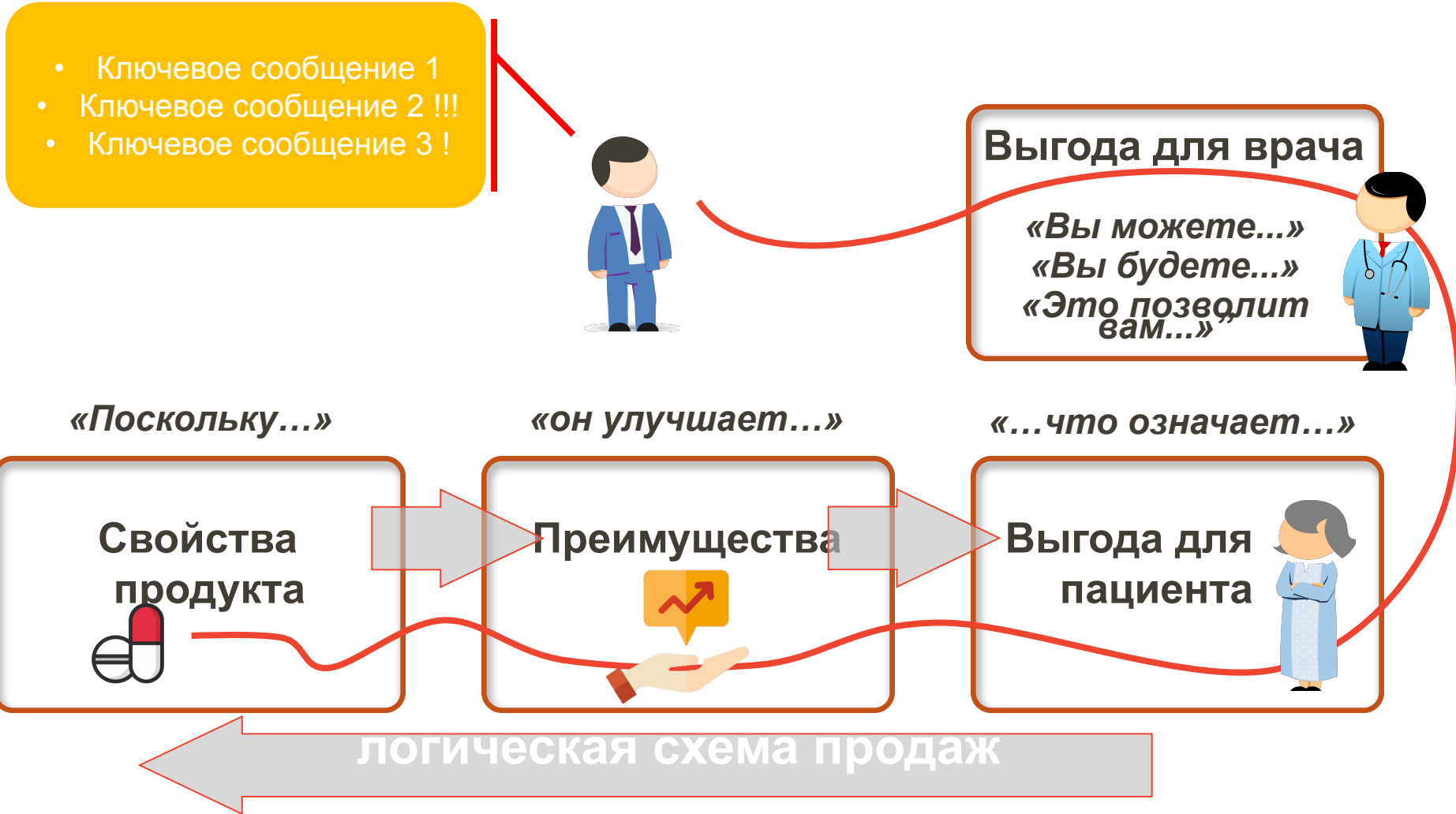
## *Первостольник*

- Увеличение стоимости ср.чека
  - Увеличение числа постоянных покупателей
  - Повышение авторитета в глазах Покупателей
- Уверенное владение знаниями



## ЭТАП 3 – ЯДРО ВИЗИТА | Врач

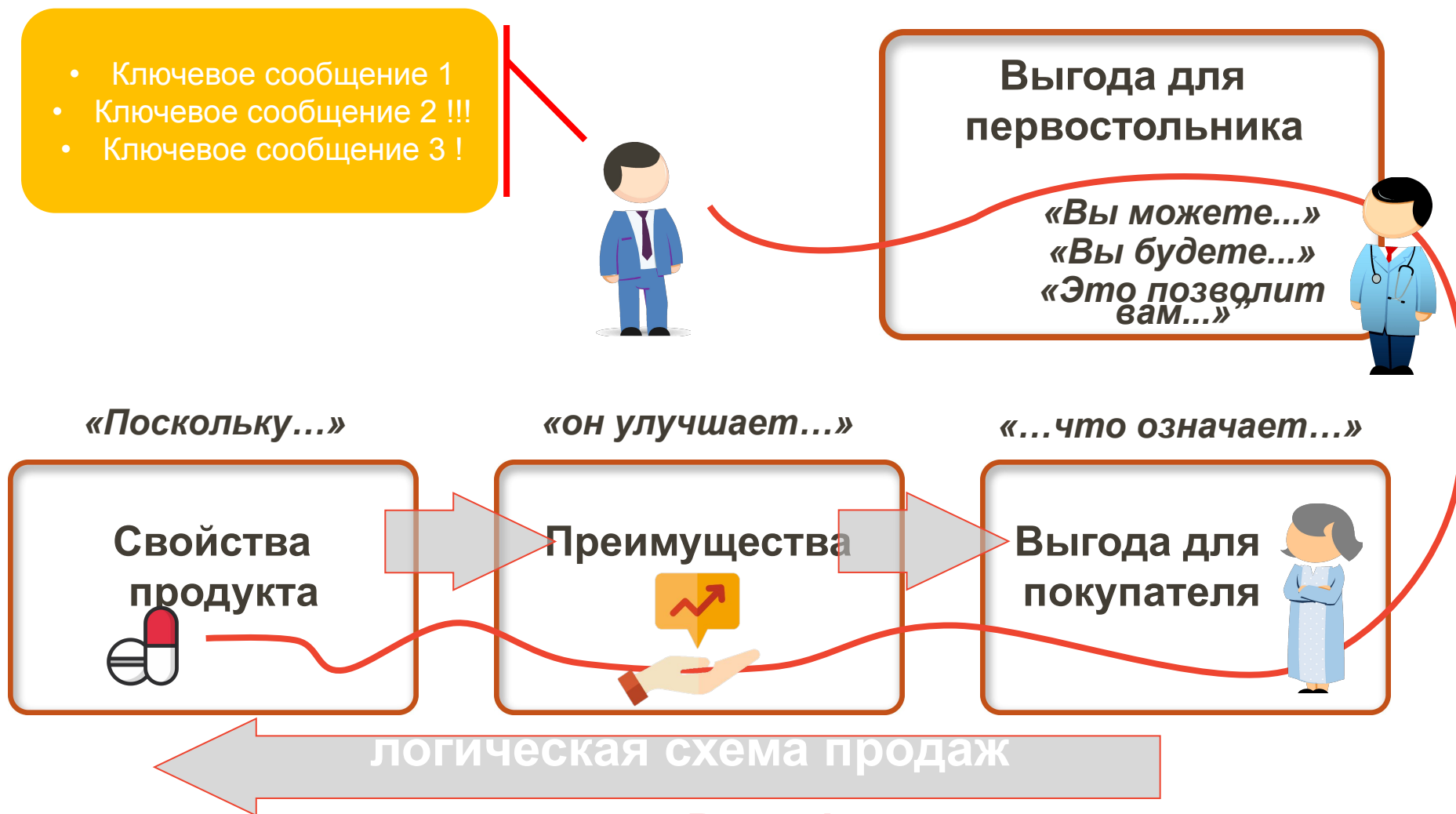
### Донести ключевую информацию при помощи селлограммы





## ЭТАП 3 – ЯДРО ВИЗИТА| Первостольник

### Донести ключевую информацию при помощи селлограммы



**Важно!**

**На этапе ядра визита у первостольника НЕ используем селлограмму для врачей!**

# Антиселлограмма:

---

## Первая пара выступающих:

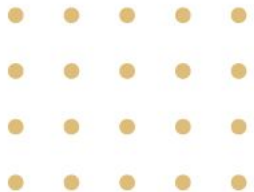
Составить и донести первостольнику ключевую информацию через селлограмму, используя врачебную коммуникацию

## Вторая пара выступающих:

Проводит работу над ошибками и озвучивает правильный вариант



# Какие бывают возражения?





# Как отработать возражения?

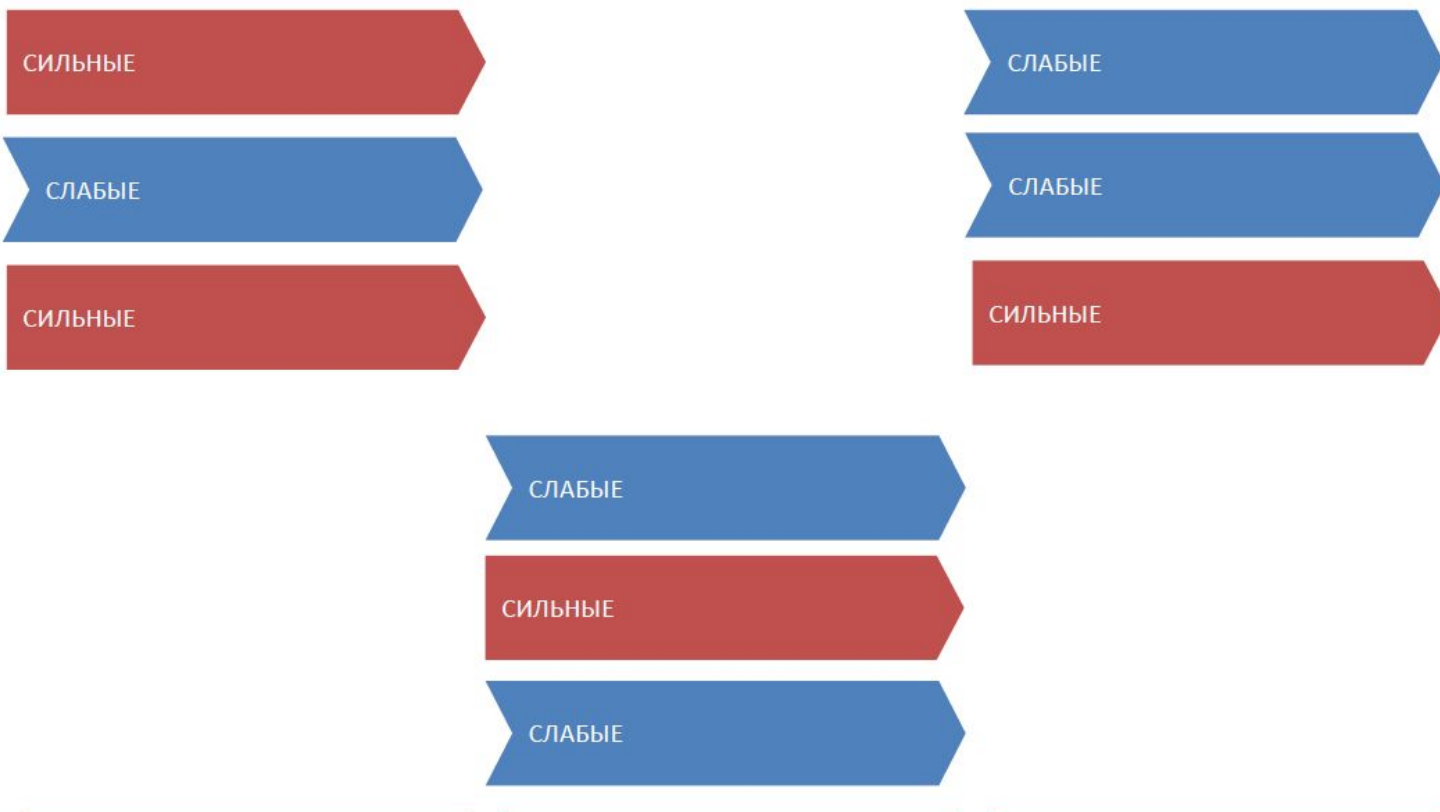
## Виды аргументов



# Как отработать возражения?

## Правила использования аргументов

---



Работа с  
возражениями



1

Уточне  
ие

- Уточнить, правильно ли вы поняли возражение клиента

2

Присоед  
инение

- Поддержать клиента в его праве на возражение

3

Аргуме  
нтация

- Аргументировать свою точку зрения

4

Провер  
ка

- Проверить, что вам удалось убедить клиента

Работа с  
возражениями



**1** Уточне  
ие

Задать вопрос с целью уточнить,  
правильно ли вы поняли то, что он вам  
сказал...

**2** Присоед  
инение

Как показывает опыт многих поколений  
Медицинских представителей, в наше  
время уже не стоит начинать фразу со  
слов «Правильно ли я Вас понял...»

**3** Аргуме  
нтация

**4** Провер  
ка



## 6. Работа с возражениями



Поддержатъ клиента в его праве иметь  
возражение.

Показать, что вы понимаете его  
позицию

**ПОНИМАТЬ не значить ПРИНИМАТЬ!!!**



Приведите свои Аргументы

Не начинайте свою аргументацию с «негативных» слов (но..., не смотря на..., напротив...)

Используйте «позитивные» выражение (и при этом..., вместе с этим...)



## 6. Работа с возражениями

1

Уточне  
ие

Проверьте, насколько Вам удалось изменить мнение клиента по данному вопросу в Вашу пользу.

2

Присоед  
инение

Если удалось на 100% - резюмируйте Вашу договоренность с клиентом по данному вопросу.

3

Аргуме  
нтация

Возражение должно быть отработано полностью

4

Провер  
ка

Если у Вас не достаточно аргументов, попросите «тайм аут» и вернитесь к вашему клиенту с обсуждением данного вопроса в ближайшее время (после консультации с Вашим РМом, ПМом или Мед. менеджером)

Работа с  
возражениями



1

Уточне  
ие

*Как я понял, вы считаете, что.....*

2

Присоед  
инение

Действительно, многие считают, что....

3

Аргуме  
нтация

- И при этом, как показывает исследование.....

4

Провер  
ка

- Тревожат ли Вашу душу еще какие либо сомнения в том, что.....



# Скрытое возражение:

---

**«Первостольнику» нужно придумать и отыграть скрытое возражение**

**Медицинскому представителю нужно выявить возражение и отработать его**





# ЭТАП 4. ЗАКРЫТИЕ

АЛЬФА: Модель  
продаж для  
представителей  
ЭТАП 4 –  
**ЗАКРЫТИЕ**





АЛЬФА:  
Модель  
продаж для  
представите  
лей

ЭТАП 4 –

**ЗАКРЫТИЕ**



# АЛЬФА: Модель

## продажи для Заведующая

представител

ей

ЭТАП 4 –  
**ЗАКРЫТИЕ**



## Первостольник



# ЭТАП 4 – ЗАВЕРШИНЕ

| Действия

Оцените ответ клиента  
и определите  
следующие действия



Как клиент  
реагирует?

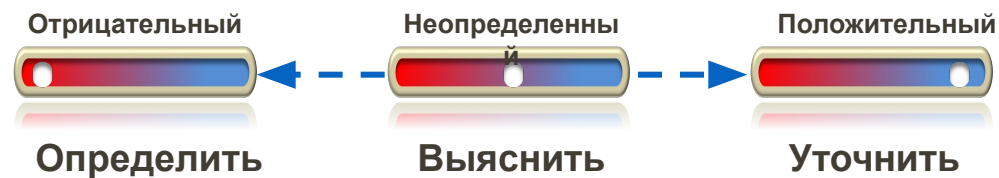
Вербально и невербально

Что это  
означает?

Ваш уровень уверенности



Как вы  
отреагируете?



**Не делайте предположений**

# Укажите правильное завершение визита у заведующей:

## Вариант 1

*«Мария Ивановна, спасибо большое, что нашли время пообщаться, а также, что поддерживаете товарный запас препаратов нашей компании. В ближайшее время проведу в вашей аптеке фармкружок, где расскажу первостольникам о всех преимуществах Фибраксина. До свидания! Хорошего дня»*

## Вариант 2

*«Мария Ивановна, мы с Вами договорились о заказе Фибраксина в количестве 3 упаковок, а также о проведении мною фармкружка в следующий вторник, где я расскажу вашим первостольникам подробнее о том, кому из покупателей можно рекомендовать Фибраксин». До свидания!»*



# Правильный вариант

---

*«Мария Ивановна, мы с Вами договорились о заказе Фибраксина в количестве 3 упаковок, а также о проведении мною фармкружка в следующий вторник, где я расскажу вашим первостольникам подробнее о том, кому из покупателей можно рекомендовать Фибраксин». До свидания!»*

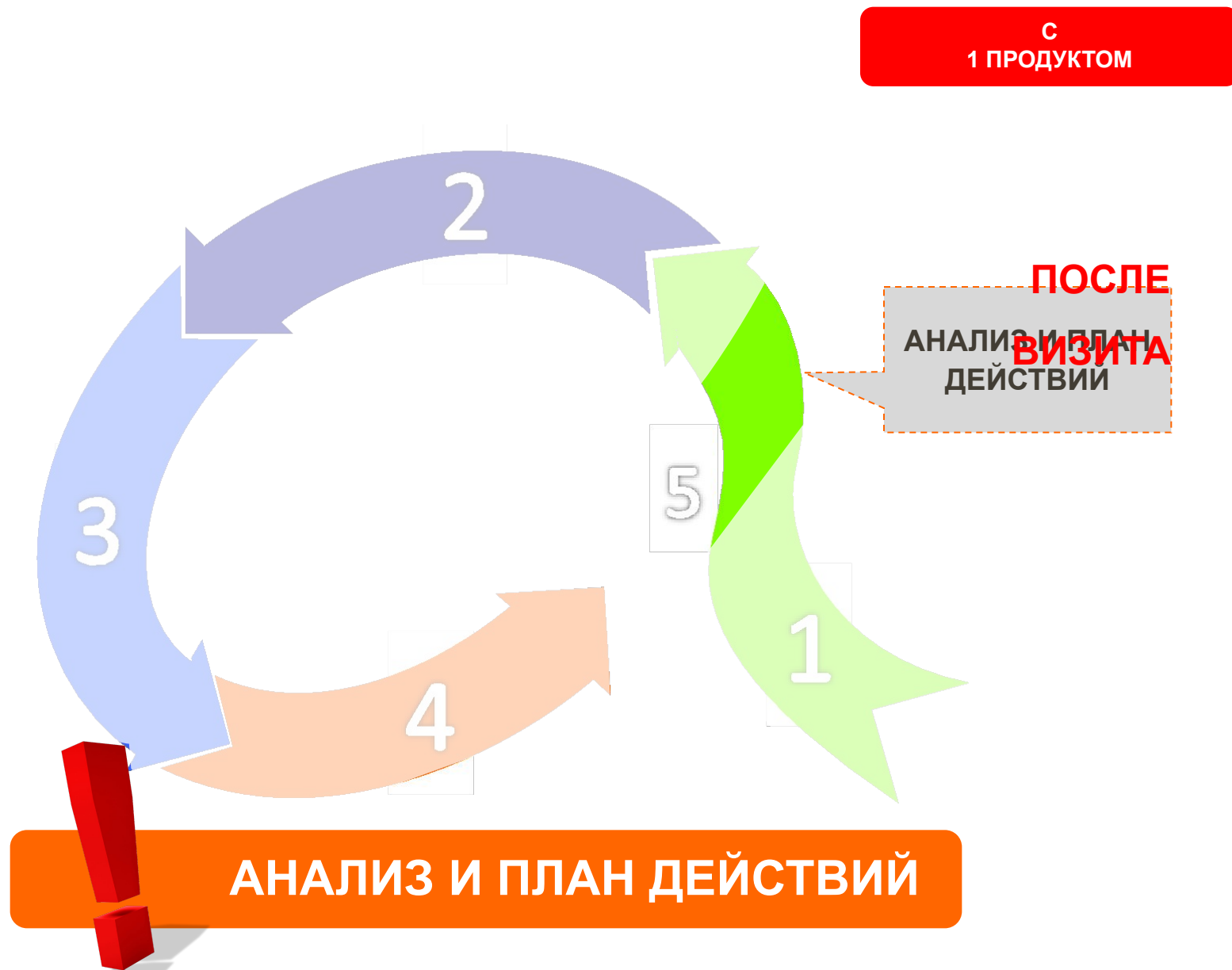






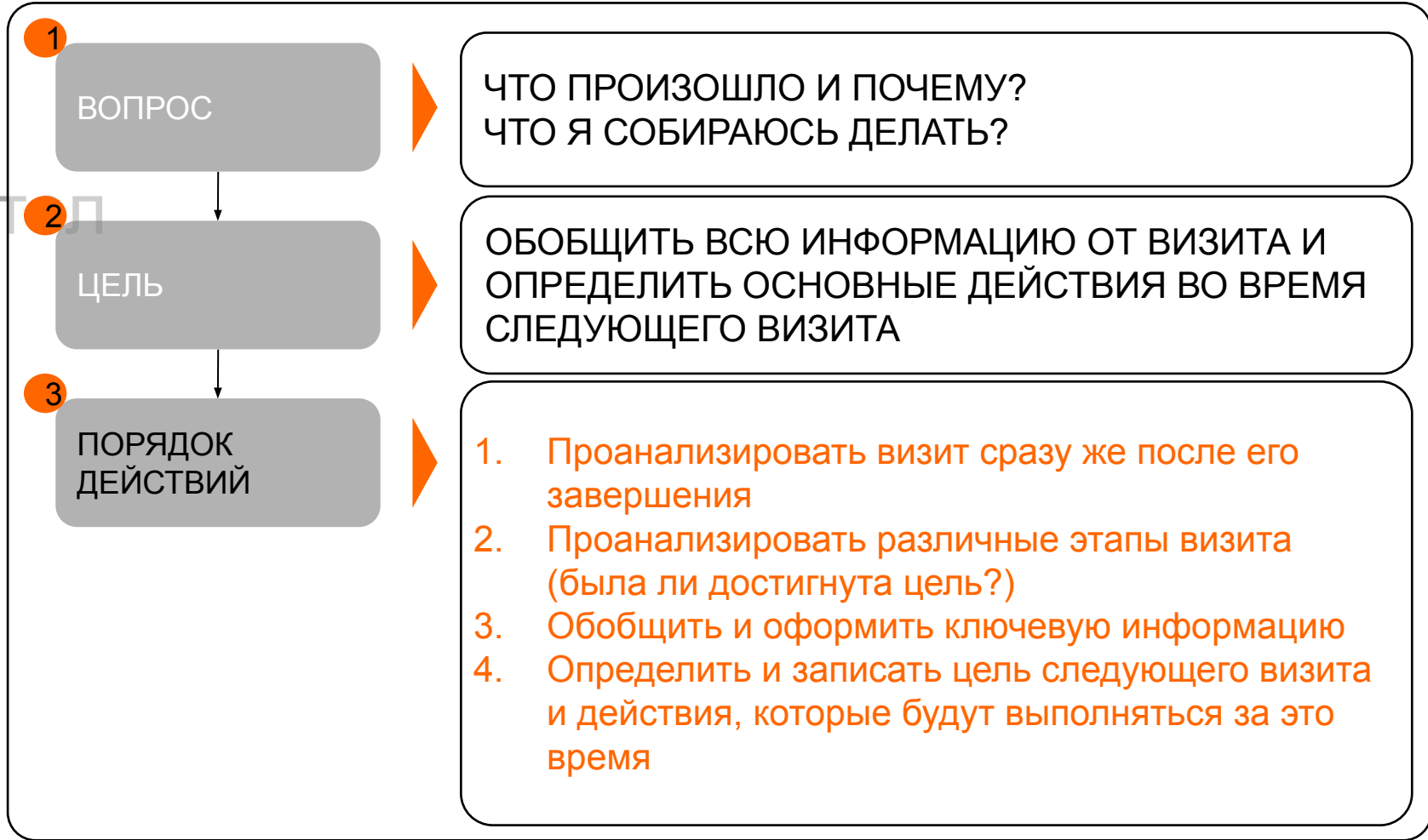
# ЭТАП 5. АНАЛИЗ И ПЛАН ДЕЙСТВИЙ

# АЛЬФА: Модель продаж для представи телей



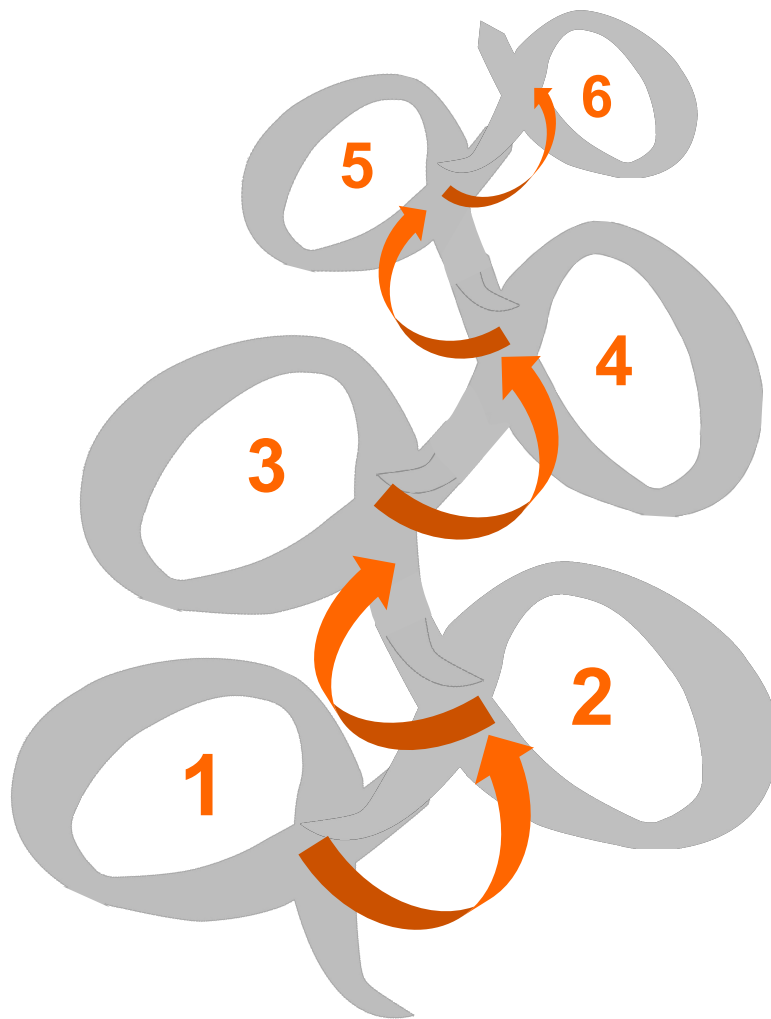


АЛЬФА  
МОДЕЛЬ:  
Подробная  
модель  
продаж  
для  
представител  
ей  
ЭТАП 5:  
**ПОСЛЕ  
ВИЗИТА**



# Определить и записать цель следующего визита и действия, которые будут выполняться за это время

Обеспечьте логичную взаимосвязь между следующими визитами на основании постоянного сбора ключевой информации



**СПАСИБО  
ЗА ВНИМАНИЕ!**