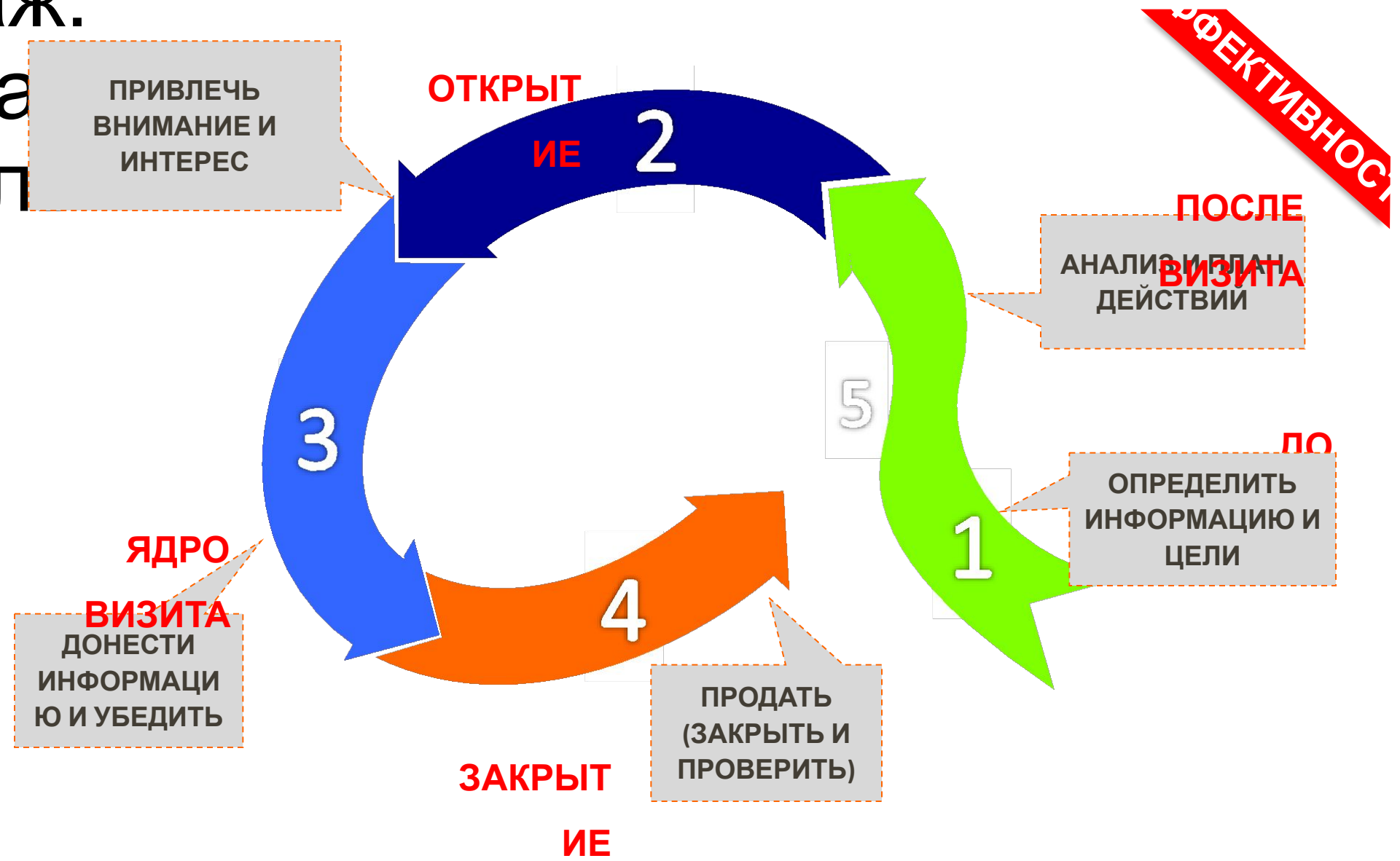




Визит в аптеку

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

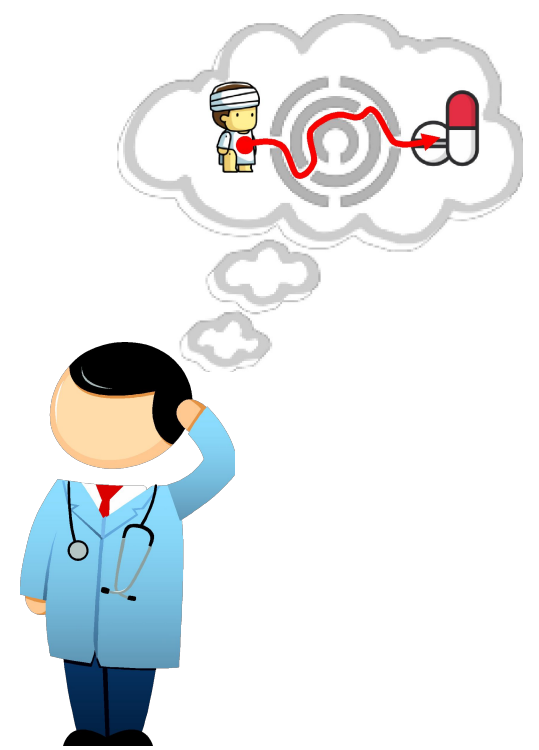
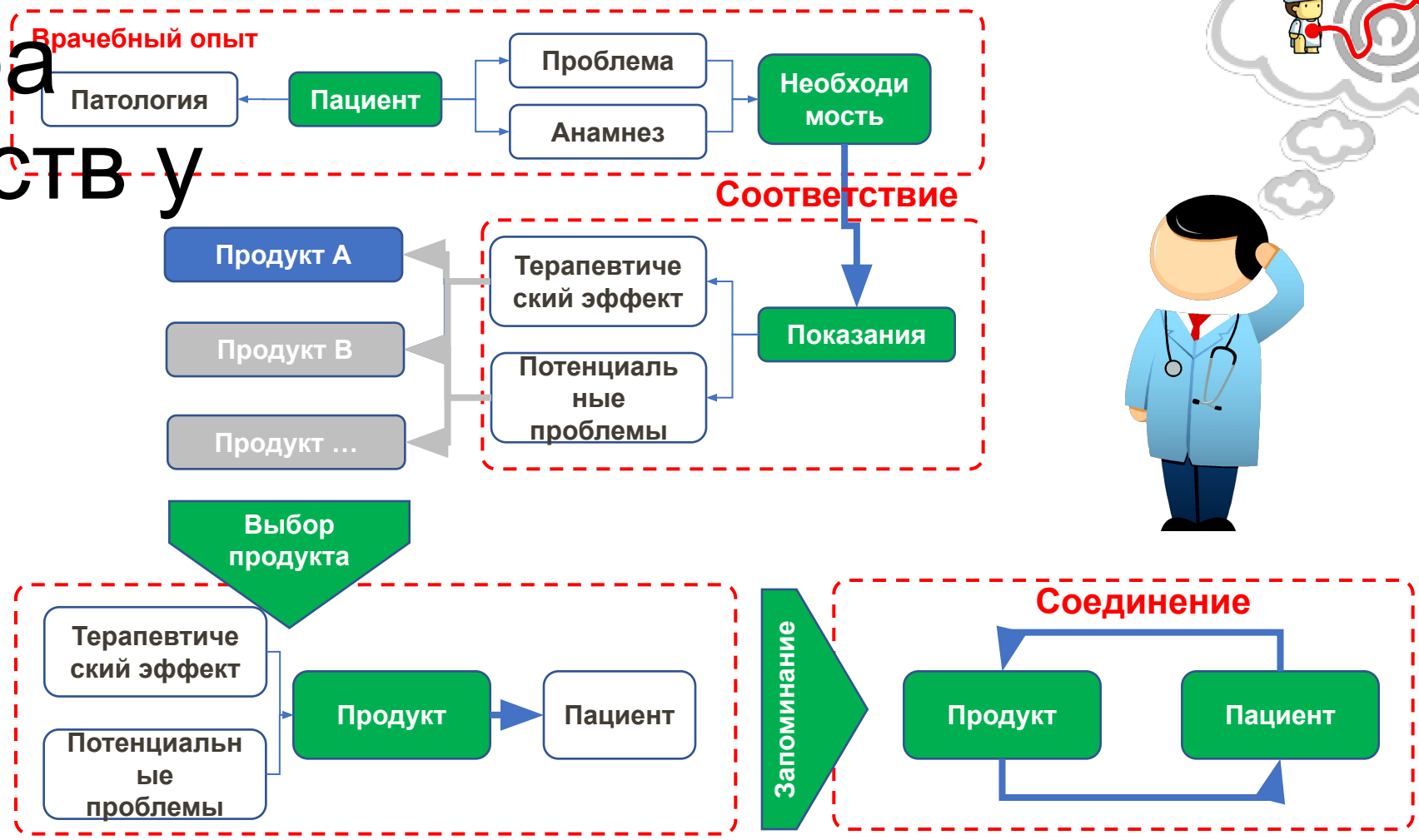


Основной
клиент

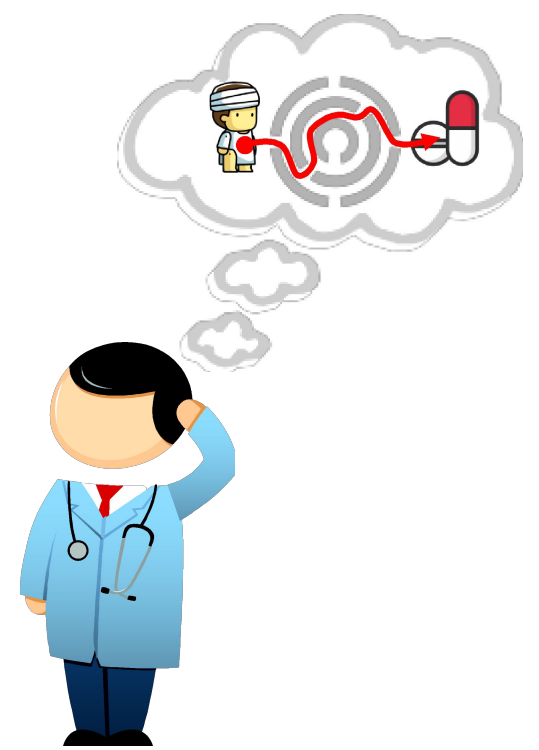
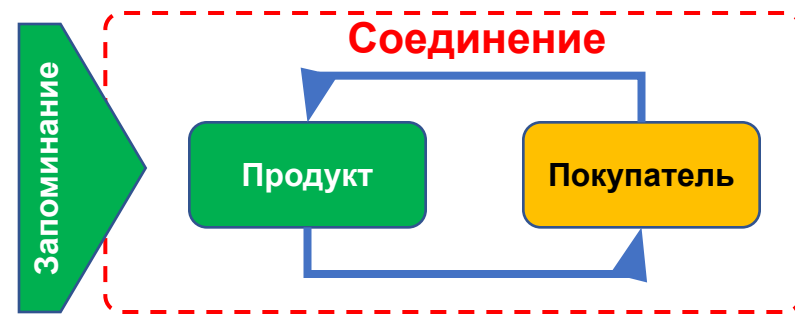
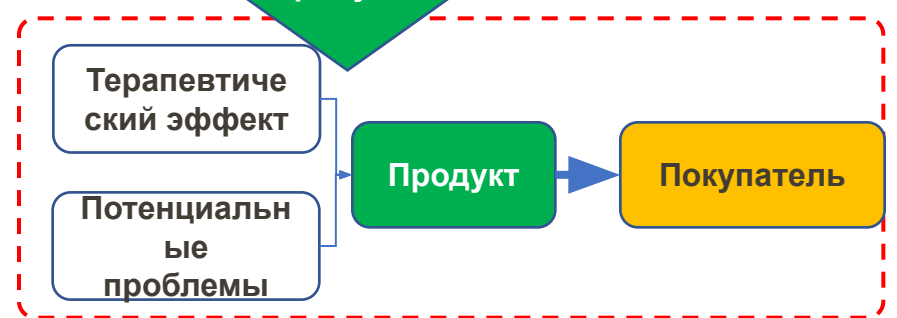
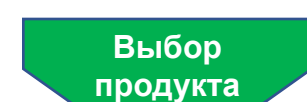
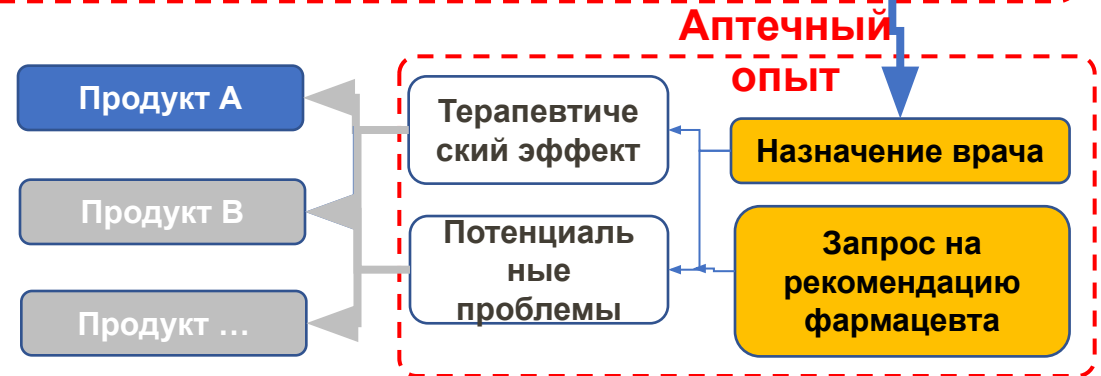
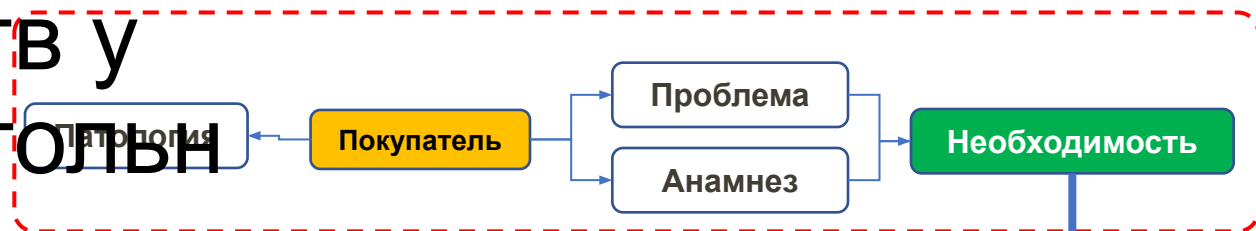


ПРЕДСТАВИТЕЛЬ

Обоснование выбора лекарств у врача



Обосновани е выбора лекарств у первостольни ка



СЕЛЛОГРАММА
SELLOGRAMMA



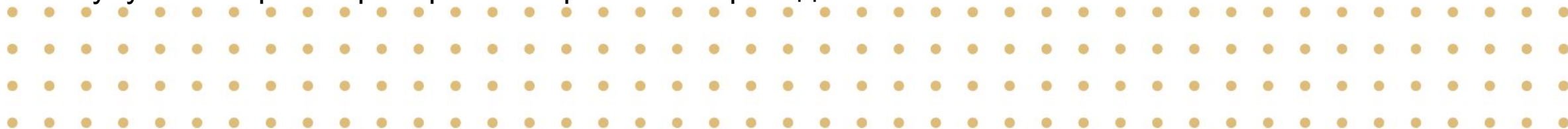
Цели и задачи работы в аптеке

Цели работы представителя:

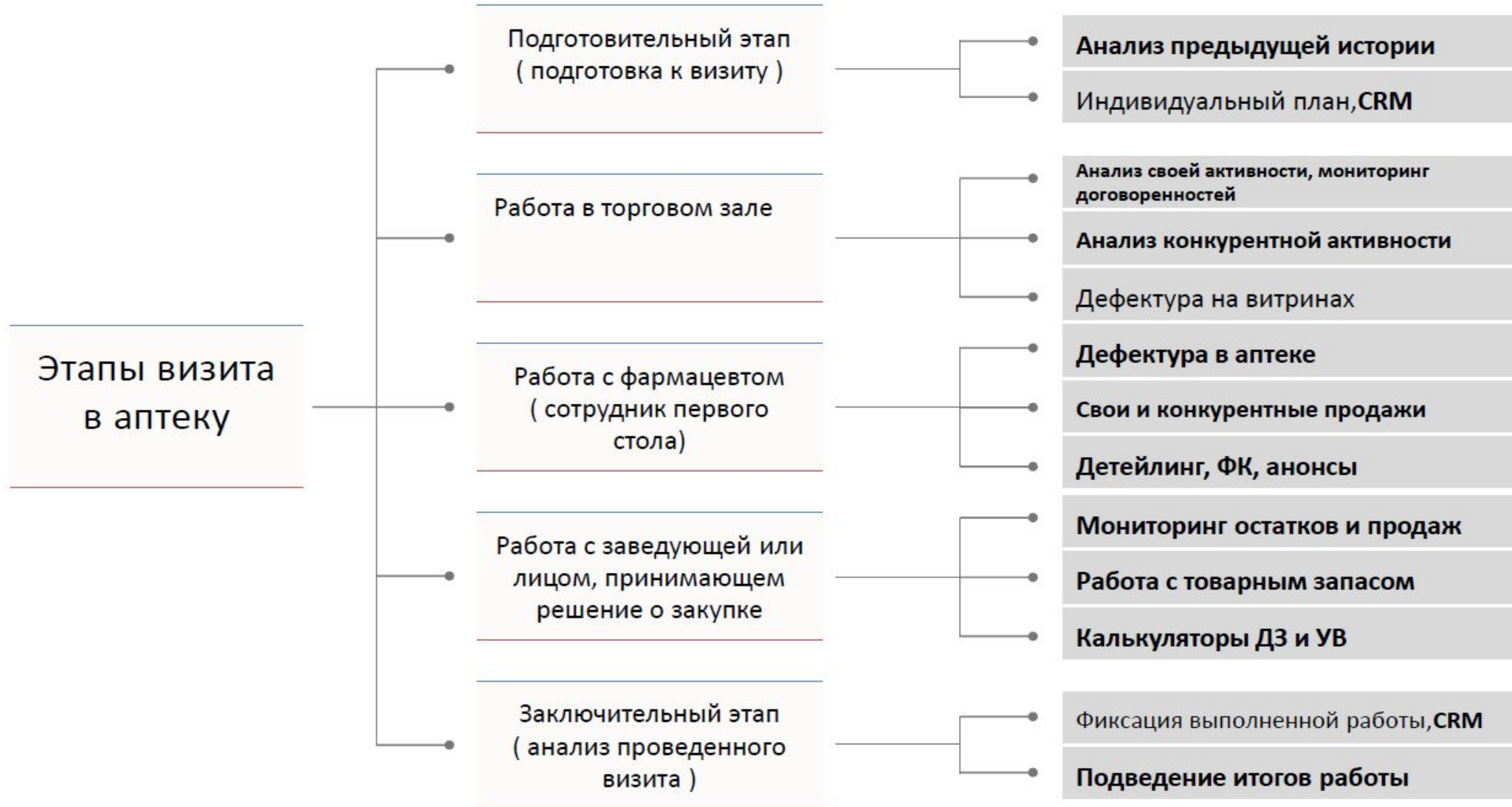
- Ликвидация дефектуры/ профилактика дефектуры
- Продвижение безрецептурных лекарств среди сотрудников аптеки (детейлинг и фармацевтический кружок среди сотрудников аптеки, информирование о рецептурных препаратах компании)
- Формирование лояльности к компании и к ее продуктам

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:

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

В *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**

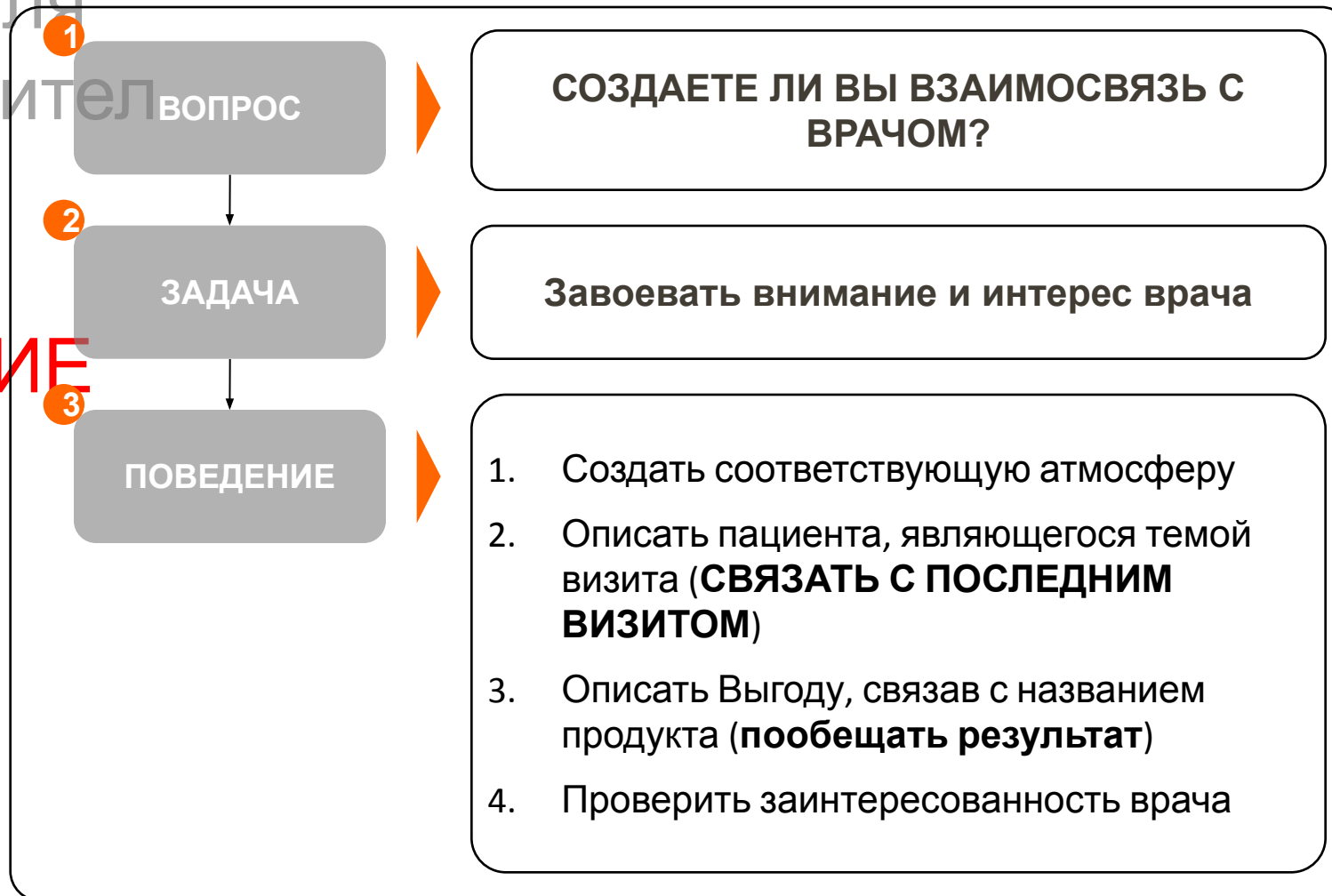


ЗАВОЕВАТЬ ВНИМАНИЕ И ИНТЕРЕС

АЛЬФА:
Модель
продаж для
представител
ей
ЭТАП 2 -
ОТКРЫТИЕ



У врача:



АЛЬФА: Модель

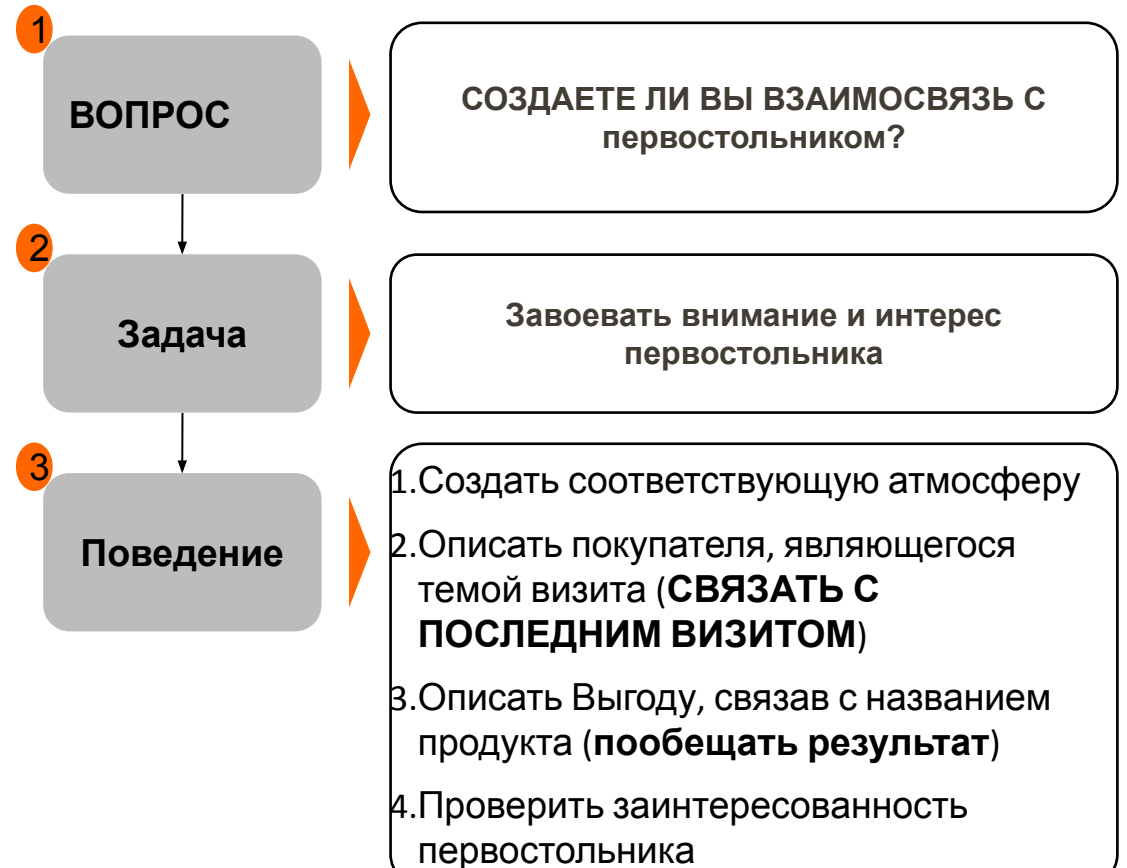
продаж для
представител

Заведующая

ЭТАП 2 -
ОТКРЫТИЕ



Первостольник





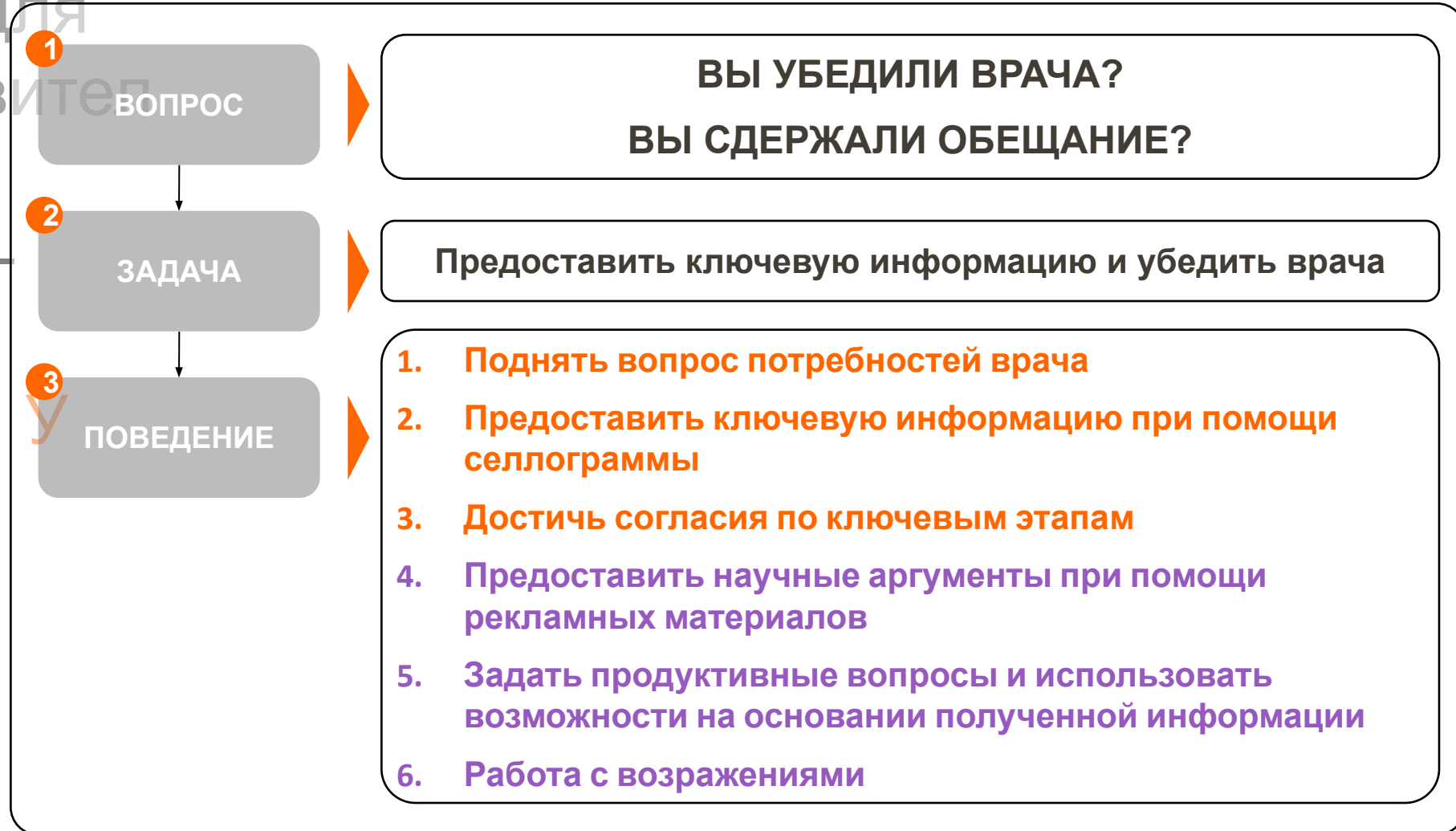
ЭТАП 3. ЯДРО ВИЗИТА

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

- Ключевое сообщение 1
- Ключевое сообщение 2 !!!
- Ключевое сообщение 3 !



Выгода для врача
«Вы можете...»
«Вы будете...»
«Это позволит вам...»



«Поскольку...»

Свойства продукта

«он улучшает...»

Преимущества

«...что означает...»

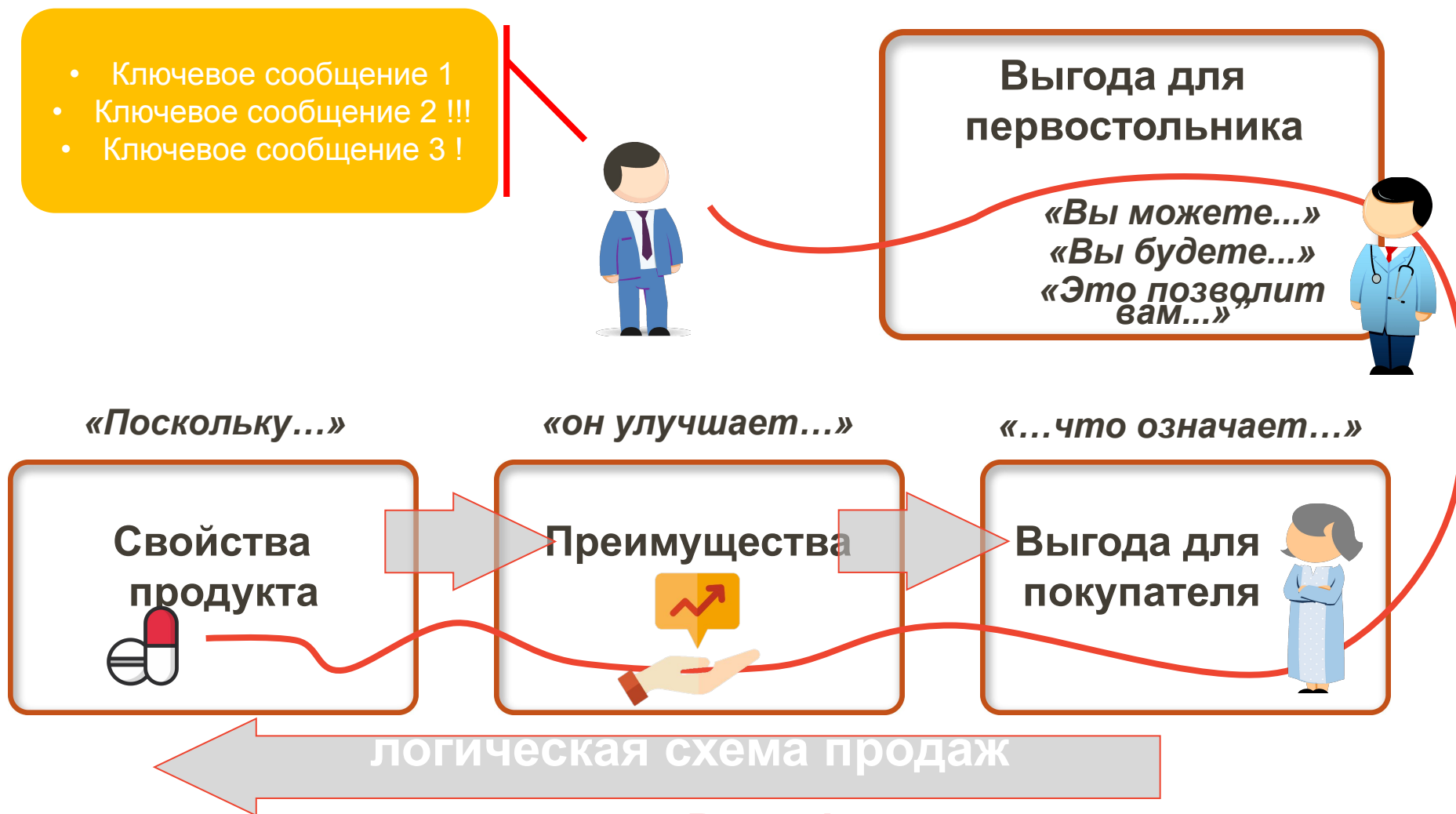
Выгода для пациента

← логическая схема продаж



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:

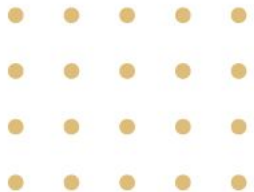
Составить и донести первостольнику ключевую информацию через селлограмму, используя врачебную коммуникацию

Вторая пара выступающих:

Проводит работу над ошибками и озвучивает правильный вариант



Какие бывают возражения?



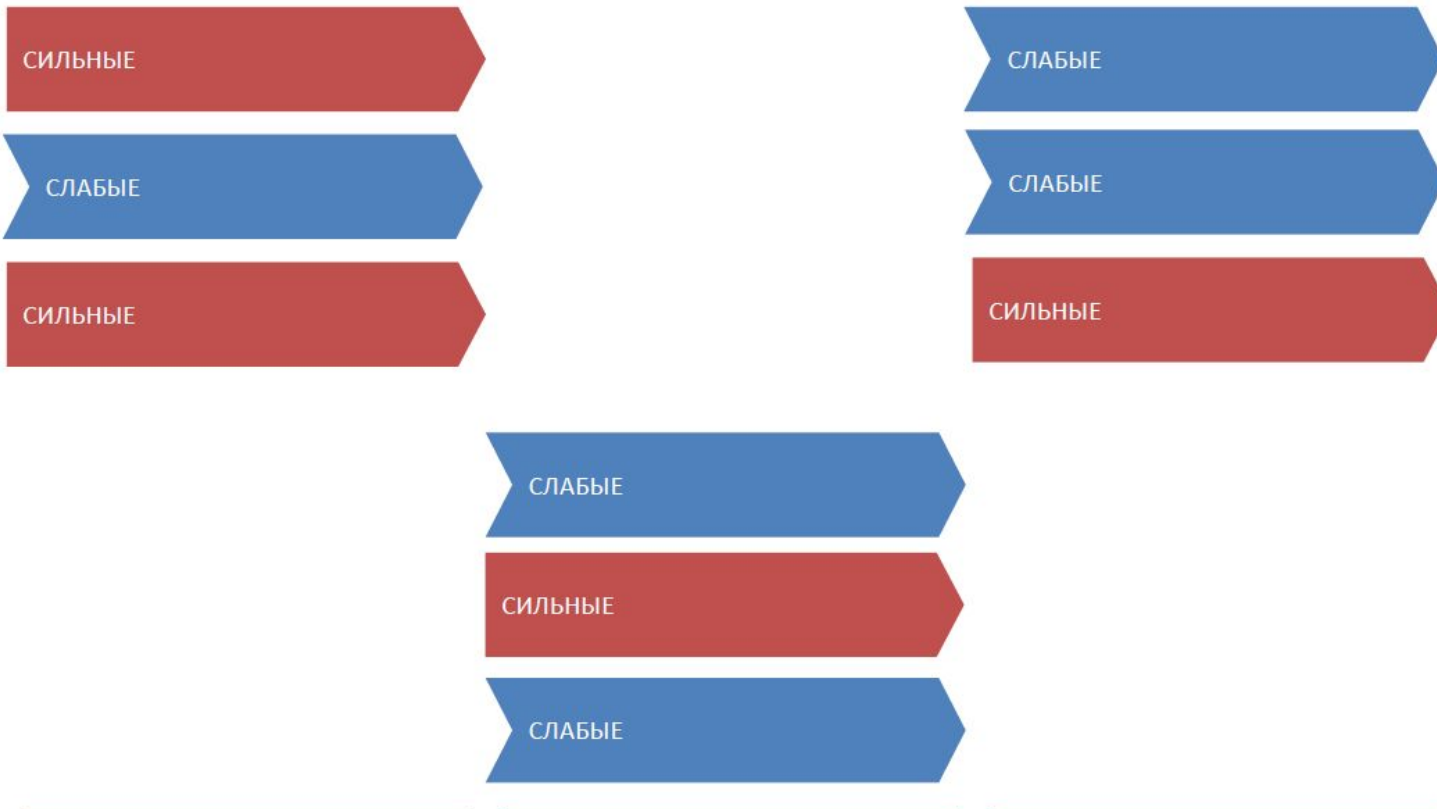
Как отработать возражения?

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



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

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



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



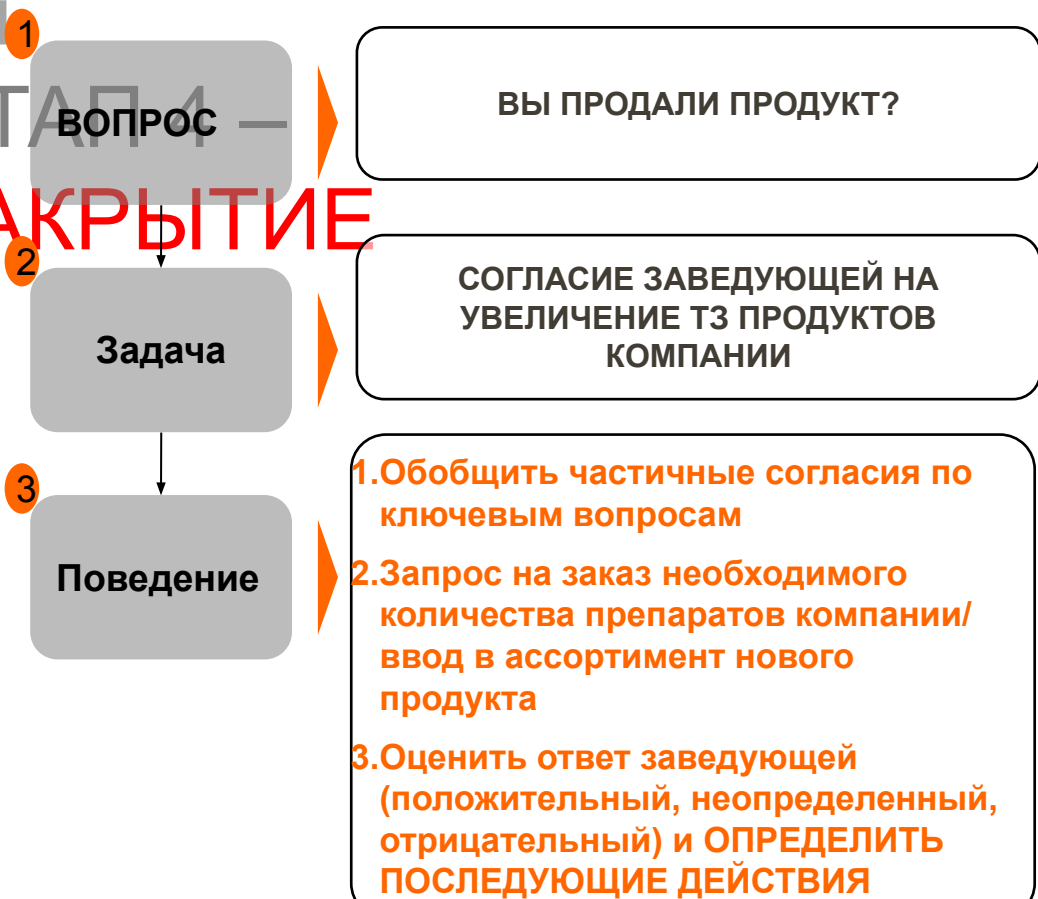
АЛЬФА: Модель

продажи для представител

Заведующая

ей

ЭТАП 4 –
ЗАКРЫТИЕ



Первостольник



ЭТАП 4 – ЗАВЕРШИНЕ

| Действия

Оцените ответ клиента
и определите
следующие действия

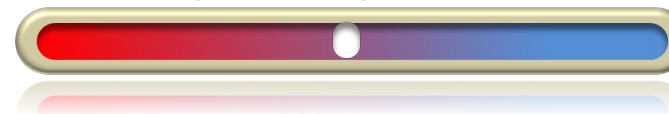


Как клиент
реагирует?

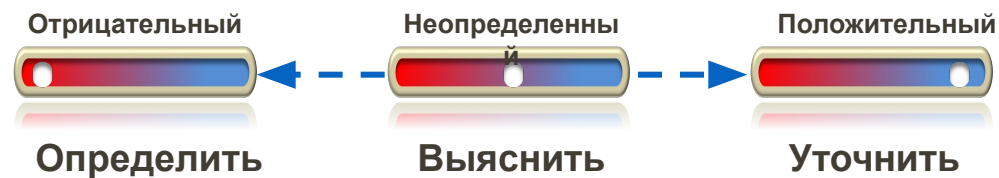
Вербально и невербально

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

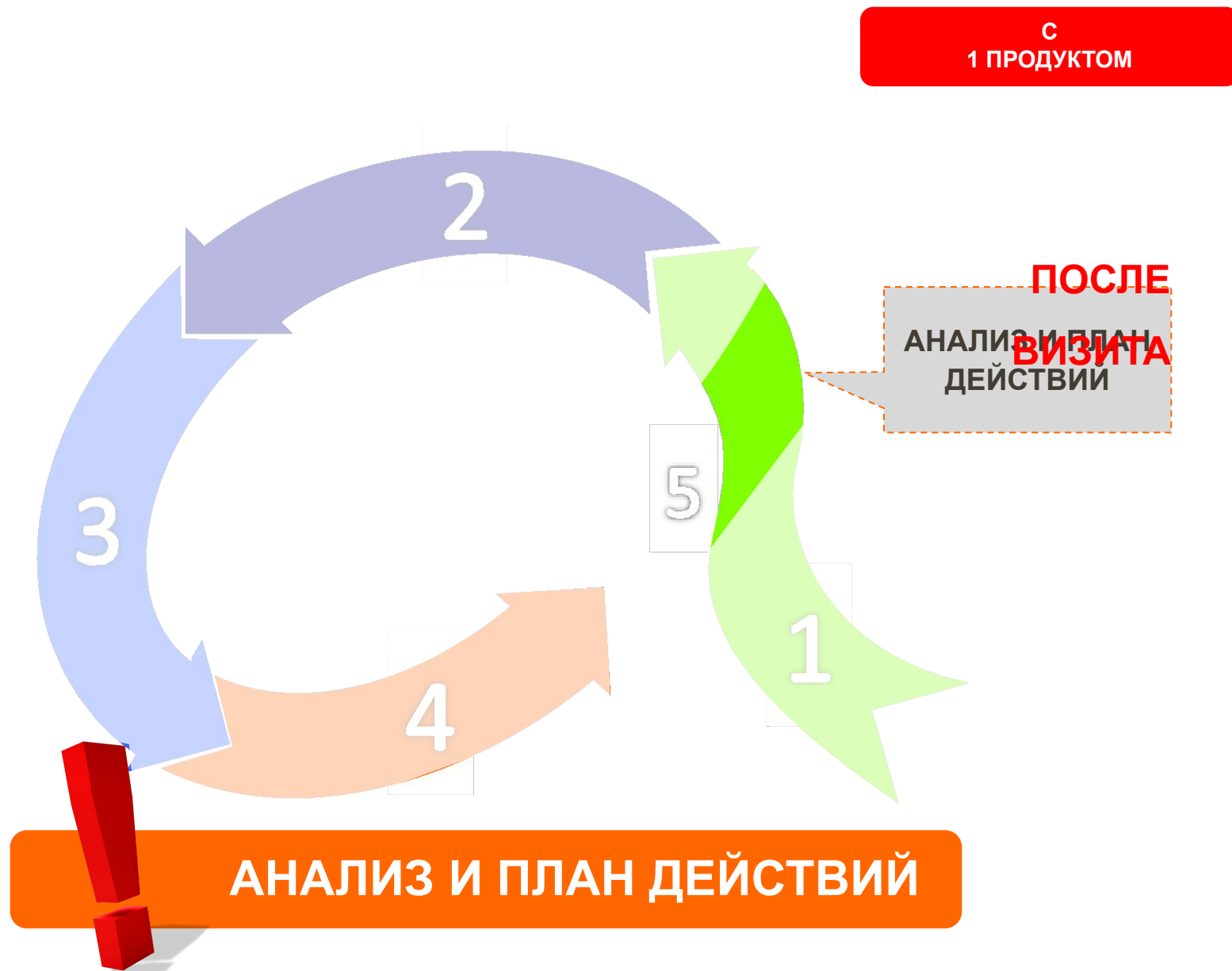
«Мария Ивановна, мы с Вами договорились о заказе Фибраксина в количестве 3 упаковок, а также о проведении мною фармкружка в следующий вторник, где я расскажу вашим первостольникам подробнее о том, кому из покупателей можно рекомендовать Фибраксин». До свидания!»



A decorative graphic consisting of a grid of small dots. The dots are arranged in four rows. The first two rows have white dots on a gold background, and the last two rows have gold dots on a white background. The grid is split vertically by a gold bar on the left side of the slide.

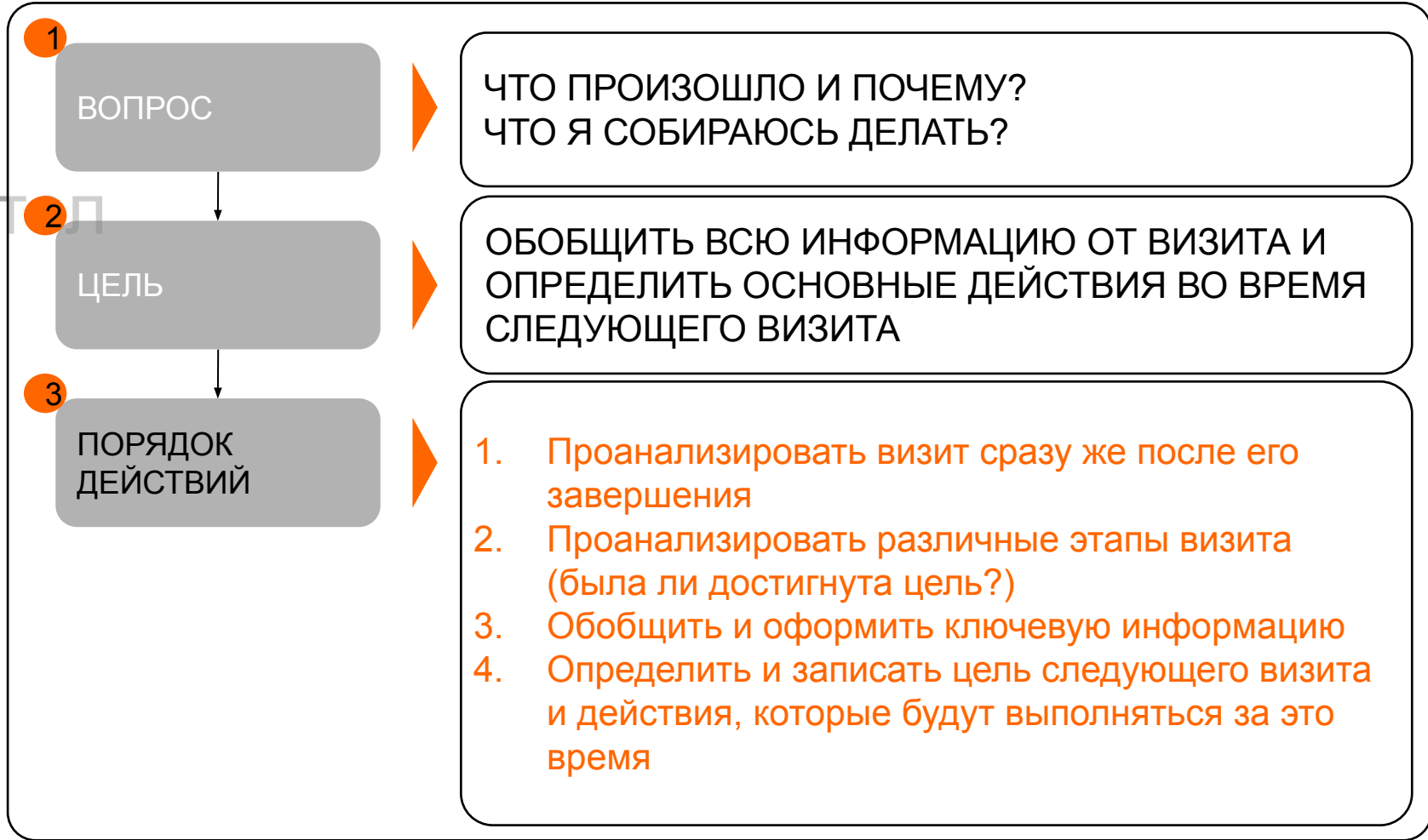
ЭТАП 5. АНАЛИЗ И ПЛАН ДЕЙСТВИЙ

АЛЬФА: Модель продаж для представи телей



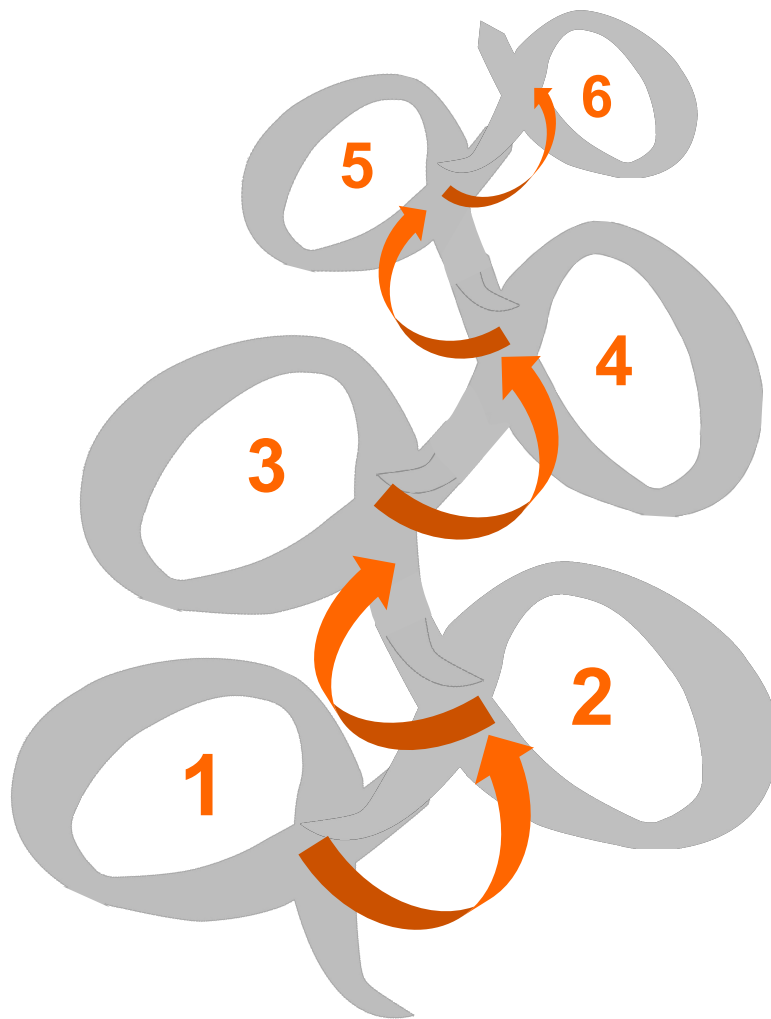


АЛЬФА
МОДЕЛЬ:
Подробная
модель
продаж
для
представител
ей
ЭТАП 5:
**ПОСЛЕ
ВИЗИТА**



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!**