

# «ПИРАМИДА АПТЕЧНЫХ ПРОДАЖ» — ПРОВЕРЕННЫЙ ИНСТРУМЕНТ УВЕЛИЧЕНИЯ «СРЕДНЕГО ЧЕКА»

ЛЕКЦИЯ №2

# Перевернутая пирамида:



# категория «дайте что-то от»:

- **важно помнить, что времена монотерапии, когда болезни лечили одним препаратом, уже канули в лету.**
- **комбинированная терапия почти всегда эффективнее, более того, комбинированная терапия позволяет снизить дозы препаратов за счет их синергизма.**

# важный парадокс — форма рекомендации важнее содержания!

- **Содержание, то есть  
экспертность рекомендации,  
остаётся на совести  
первостольника, потому что если  
правильно порекомендовать  
даже неправильную терапию,  
пациент скорее всего приобретёт  
предложенные товары.**

# Таблица №1. Комплексные рекомендации при определенных патологических состояниях.

	Лекарственные средства
Ангина	Аэрозоли + лечебные леденцы
Ринит	Капли либо аэрозоли + таблетки
Лихорадка	Парацетамолсодержащий препарат + витамин С
Заболевания печени	Силимарин + печеночный травяной сбор
Головная боль напряжения	Парацетамолсодержащий препарат + Фезам
Перхоть	Шампунь кетоконазола (Низорал) + поливитамины
Остеоартроз	Хондропротектор (терафлекс) + диклофенак
Мышечная боль	Мазь + нестероидный противовоспалительный препарат
Герпес губ	Местная терапия (Ацик) + системная терапия
Диарея	Имодиум + Гастролит/Регидрон/Нормогидрон + Фермент

# Психография по Вернеру Винклеру:

- для того чтобы повысить шансы на покупку, следует научить первостольника быстро психографировать клиента, тогда шансы на то, что он приобретет именно эту терапию, возрастают в разы. Более того, повышаются шансы, что он будет правильно и своевременно принимать лекарства.

# 3 группы по типу

## поведения:

лица, ориентированные на отношения — («шимпанзе»), близки к экспрессивным типам;

лица, ориентированные на действия и цель («гориллы»), близки к директивным типам;

лица, ориентированные на время и осмысление, близки к дружеским аналитикам («орангутанги»).

# Таблица №2. Типология потребителей:

Базовый тип	Как он выглядит	Зачем он приходит в аптеку	Как с ним работать и какое лечение предлагать	
Шимпанзе	Одежда яркая, жесты разнообразные, мимика живая, много эмоций, общителен, подвижен	Не всегда четкая цель, часто поиск возможностей улучшения (здоровья, самочувствия, красоты)	Эмоционально, через комплимент и пронциательность, общительно с задаванием открытых вопросов	Предложите ему новое современное лечение, самое подходящее в его случае
Орангутанг	Одежда удобная, жесты плавные экономные, мимика скудная, речь медленная, нет лишних движений, задумчивый	Для решения его проблемы, часто приходит сразу в аптеку без посещения врача, часто сомневается	Задавать уточняющие проблемные вопросы, давать возможность подумать	Проверенное лечение с выгодным соотношением цена/качество, безопасный и доступный препарат
Горилла	Одежда классическая, аккуратная, жесты целенаправленные, часто синхронно двумя руками, речь громкая, конкретная, властная	Четкая очерченная цель, чаще закрытое решение	Можно задавать небольшое количество закрытых вопросов и быстро приступать к решению его проблемы	Самое эффективное при данном типе проблемы



при выборе лекарственных средств:

## **Горилла:**

- **эффективность и удобство;**
- **предпочтение брэндам;**
- **цена не имеет значения.**
- **скорость наступления эффекта;**



□ Шимпанзе:

- *яркая упаковка;*
- *прием: «Для вас я бы порекомендовала»;*
- *новые современные бренды;*

## **Орангутанг:**

- проверенный препарат;**
- рекомендованный  
вами/соседом;**
- безопасный препарат;**
- простая схема приема;**
- ▣ соотношение  
цена/качество.**

# *приемы влияния:*

- ▣ *Статистическое влияние:*
- ▣ *Экспертное влияние:*
- ▣ *Личный пример.*
- ▣ *Влияние «страшилкой»:*

# Примеры таких вопросов:

- *«Может быть что-то подсказать?»; «Наверное, зашли что-то выбрать для защиты от гриппа в эпидемию?»; «Могу предложить отличные витамины для ваших детей, хотите приобрести?».*