

Этапы торгового визита в аптеку

Для торговых представителей «Фармактив» и
«Глорияфарм»

Этапы торгового визита

1. Подготовиться к визиту
2. Оценить ситуацию в торговой точке
3. Установить контакт
4. Сформировать заказ
5. Продать акции ЛПР/ЛВПР
6. Провести информационную работу
7. Сделать мерчандайзинг
8. Сделать фотоотчет
9. Закрывать визит

1. ПОДГОТОВИТЬСЯ К ВИЗИТУ

1. Цель на визит
 - аптека без автозаказа
 - аптека с жестким автозаказом
2. План-факт продаж/Активным полкам
3. Участие в маркетинговых программах (Платная полка, акция, другие)
4. Задачи РСМ (ТМ) по результатам Двойного Визита, Стоп-чека
5. POSM
6. Разрешительные документы, пропуск, другое

2. Оценить ситуацию в торговой точке

1. Количество посетителей
2. Количество сотрудников/работающих касс
3. Сохранность Активных/Платных полок
4. Выкладка на витрине (в сравнении с конкурентами и согласно правилам мерчандайзинга)
5. Рекомендации первостольников
6. Атмосфера

3. УСТАНОВИТЬ КОНТАКТ

1. Представить себя, компанию, препараты
2. Использовать коммуникативные техники («small talk», «комплимент», «мы-объединение»)
3. Раппорт
4. Озвучить Цель* на визит

4. Сформировать заказ

(для аптек без автозаказа)

1. На основе продаж за период/остатков/наличия
2. Определить препараты без движения (в сравнении с конкурентами, ТОП-ассортимент)
3. Под Платную Полку по формуле:
 - Кат А – Кол-во уп ПП *2;
 - Кат В – Кол-во уп ПП +2
4. Ввести новые позиции
5. Произнести ключевое сообщение по препаратам-ремайндерам*

4* Сформировать заказ

(для аптек с жестким автозаказом)

1. Периодически уточнять статус «автозаказа»
2. Ввести новые позиции («отказ покупателю»)
3. Зафиксировать количества, сгенерированные системой, в «заказник»
4. Акцент на рекомендацию препаратов п.6

5. Продать акции ЛПР/ЛВПР

1. Провести Анонс* по модели
 - Выгода-Условие
 - Положительный Опыт-Выгода-Условие
2. Заказать в 1 накладной/разделить количества на несколько заказов
3. Провести промежуточный контроль
4. Отчет/расчет
5. Заключить сделку на участие в акции/Активную Полку/первую рекомендацию

6. Провести информационную работу

1. Отработать информационный блок по Компейн Буку
2. Ответить в случае запроса дополнительной информации
3. Провести работу по препаратам п. 4.2
4. Напомнить про препараты-участники акций и условия по ним

7. Сделать мерчандайзинг

1. Построить Платные/Активные полки/5.5 согласно стандарту
2. Переместить препараты из «слепой зоны» в «золотой треугольник»
3. Удвоить «фейсинг»
4. Выполнить правило «Локомотива»

8. Сделать фотоотчет

1. Препаратов Активной промоции
2. Платной полки
3. Группы препаратов под грифом «Всегда»
4. Активных полок – в период фотоотчета

9. Закрывать визит

1. Попрощаться, поблагодарить за сотрудничество, призвать к рекомендациям и сохранности выкладки
2. Заполнить вопросники
3. Подвести итоги
4. Запланировать следующий визит