

ТОМСКИЙ БАЗОВЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ КОЛЛЕДЖ ОБЛАСТНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ



ВЫПОЛНИЛИ СТУДЕНТЫ :ВАСИЛЬЕВ ДЕНИС
ДОЛМАТОВА КСЕНИЯ
ПЕСНЯК ОКСАНА

МЫ ХОТИМ ПРЕДСТАВИТЬ НАШУ МОДЕЛЬ АПТЕКИ. В КОТОРОЙ С ПОМОЩЬЮ МАРКЕТИНГА, МЕРЧАНДАЙЗИНГА И ВКЛЮЧАЯ ТЕХНИКИ УВЕЛИЧЕНИЯ ПРОДАЖ МЫ СМОЖЕМ ДОБИТЬСЯ ВЫСОКОГО УРОВНЯ ПРОДАЖ И КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ.

АПТЕКА



* МИССИИ И ЦЕЛИ РЕАЛИЗАЦИИ ЛС И ИМН



- ✓ Удовлетворение потребности населения в доступных и качественных лекарственных средствах и фармацевтических услугах;

Λσνλλρχ?

- ✓ Оперативное оказание услуг по удовлетворению потребности населения в доступных и качественных лекарственных средствах и изделиях медицинского назначения;
- ✓ Дальнейшее развитие аптечной сети;
- ✓ Повышение рентабельности предприятия;



В наше время на аптечном рынке существует огромная конкуренция. Производители борются за лучшее место на полках, большую площадь, а управляющие аптеками – за повышение рентабельности, увеличение средней суммы чека, минимизацию расходов на использование торговых площадей и оборудования. Все используют разные приемы и, как правило, добиваются положительного результата. Однако его достаточно сложно удержать. С помощью инструментов аптечного мерчандайзинга мы сможем осознанно добиться положительного результата.

ЧТО ПРЕДСТАВЛЯЕТ СОБОЙ

МЕРЧЕНДАЙЗИНГ



Мерчандайзинг - комплекс мероприятий по наиболее эффективному размещению товаров и информационных материалов в аптеке с целью скорейшей реализации товаров и стимулирования покупателя в решении о покупке.

Цели и задачи мерчандайзинга для покупателей:

- Позволяет быстро выбрать товар;
- Познакомиться с новыми видами ЛС и других товаров;
- Быть более свободным и раскрепощенным при выборе товара;
- Приобрести выгодно представленные товары при незапланированной покупке.
- Испытать удовольствие от процесса совершения покупки, пребывания в аптеке и общения с



Цели и задачи мерчандайзинга для покупателей:

- Позволяет быстро выбрать товар;
- Познакомиться с новыми видами ЛС и других товаров;
- Быть более свободным и раскрепощенным при выборе товара;
- Приобрести выгодно представленные товары при незапланированной покупке.
- Испытать удовольствие от процесса совершения покупки, пребывания в аптеке и общения с работниками первого стола.

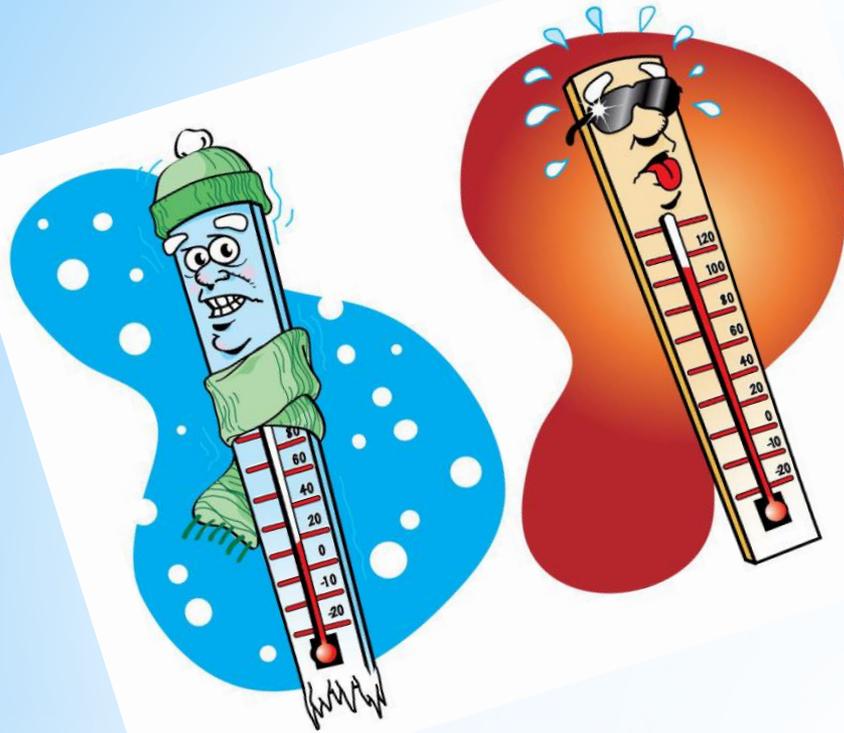




"АТМОСФЕРА" - ЭТО ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ОЩУЩЕНИЕ, ВОЗНИКАЮЩЕЕ У ПОТРЕБИТЕЛЯ ПРИ ПОСЕЩЕНИИ АПТЕКИ (ДАННОЕ ОЩУЩЕНИЕ ОПРЕДЕЛЯЕТ "ХАРАКТЕР" АПТЕКИ)

Температура воздуха

Приятно находиться в прохладной аптеке, когда за окном 30-градусная жара! И как не хочется уходить из тёплого и уютного аптечного зала в бушующую вьюгой суровую зимнюю непогоду! Наиболее приятной температуры для покупателей - 16-18 градусов тепла - можно достичь с помощью кондиционера.



Освещение

Освещение - очень важный компонент атмосферы аптеки. При ярком освещении товар кажется более привлекательным. С помощью правильно подобранного света можно "холодную" витрину превратить в "горячую".

