

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

ЛЕКЦИЯ №1

Курс «Управление фармацевтическим
рынком» АГИУВ

правило гласит:

***«Вы не можете
контролировать
то, что
не измеряете».***

«средний чек»

- **«средний чек» — основа аптечных продаж!**
- **низкая цена разрушительна для экономики аптечного предприятия.**
- **«социальная цена» — понятие относительное.**

Выявленная

закономерность:

- **повышение цен на 1% увеличивает текущую прибыль на 11,1%, что значительно превосходит результат от увеличения объема продаж на 1% (3,3%).**

в аптеках-дискаунтерах говорят:

- **«Работаем в два раза больше, чем красивая аптека напротив, постоянные очереди, скандальные клиенты, а зарплаты у нас одинаковые».**
- ***Парадокс, но для потребителя зачастую высокие цены — синоним качества.***

Приемы увеличения «среднего чека» в категории «Дайте это»:

- **«Допродажа» (cross sale, триггерная методика)**
 1. **Антибиотик + пробиотик.**
 2. **Системное + местное, местное + системное.**
 3. **Дополнительный товар (шприц + спиртовая салфетка, порошок + растворитель и т.д.).**
 4. **Симптом/причина.**

«выбор без выбора»:

- ▣ *Например:*
- ▣ — Дайте мне Кларитромицин.
- ▣ — Принимая такой антибиотик, необходимо защитить кишечник, это может быть либо Линекс, либо Бифиформ.

Помнить правило:

- ▣ **корзина ваших рекомендаций должна иметь дно.**

Составить таблицу:

Часто спрашиваемые препараты	Второй препарат, который идет в связке	Ключевое сообщение, которое следует говорить, предлагая второй препарат

трафик билдеры:

**то есть препараты —
строители потока людей.**

Таблица 2 . Результаты работы торговых точек аптечной сети «Аптека доброго дня» после тренинга по итогам декабря 2011 г. по сравнению с предыдущим месяцем

Торговые точки (ТТ)	По производителю организатора		Общие продажи ТТ	
	Прирост продаж, %	Прирост «среднего чека», %	Прирост продаж, %	Прирост «среднего чека», %
Аптека № 1	111	37	8	6
Аптека № 2	38	4	1	0
Аптека № 3	49	16	1	12
Аптека № 4	104	23	13	5
Аптека № 5	46	26	5	8
Аптека № 6	52	11	13	2
Аптека № 7	32	1	4	6
Общий итог	64	15	12	5

Таким образом:

- денежный прирост составил 12%, а «средний чек» увеличился на 5%. Препараты заказчика в структуре продаж заняли достойное место, их прирост увеличился на 65% в денежном выражении. Следует отметить, что при таком типе партнерства **выигрывают все: и производитель, и аптека и пациент, получающий достойный сервис и качественные консультации.**