

«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 анализаторам («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 проницательность, 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 приступить 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?».*