



Исследование потребительской проточности в Северном районе города Тамбова.

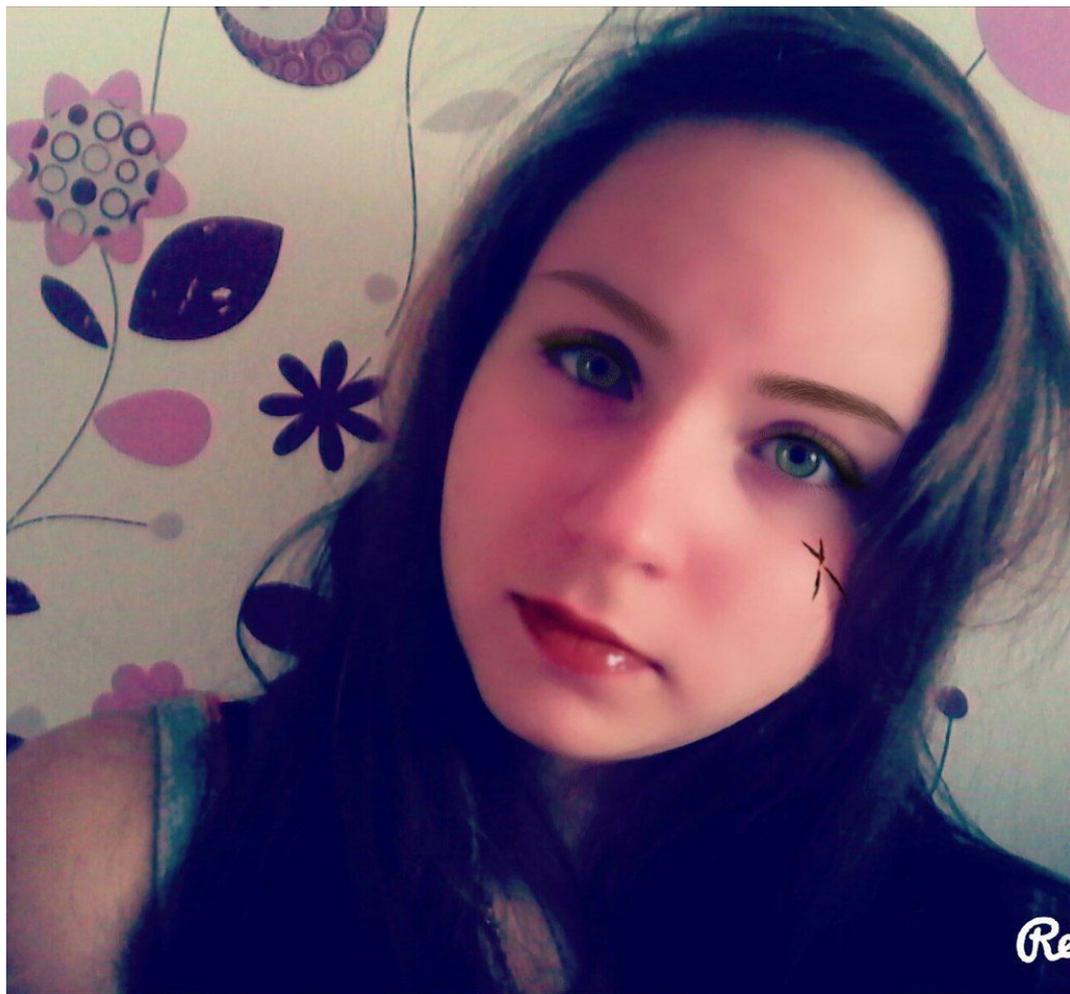


Подготовили: Неверова М.А.
Канищева А.

НАША КОМАНДА



Неверова Марина



Канищева Анна

ООО Виктория-Регион



Аптека

Актуальность темы.

Данная тема исследований крайне актуальна для анализа конкурентоспособности в любой сфере деятельности. На примере аптечного бизнеса мы отобразим лидеров и главных соперников «Виктории-Регион».



Цели исследования и задачи.

Цель исследования заключалась в том, чтобы выявить потоки клиентов в различных аптеках Северного района города Тамбова.

Задачи исследования:

1. Определить главных конкурентов сети аптек «Виктории-Регион»
2. Выявить лидеров среди представителей аптечного бизнеса
3. Просчитать проточность клиентов в разных аптеках нашего города в день.



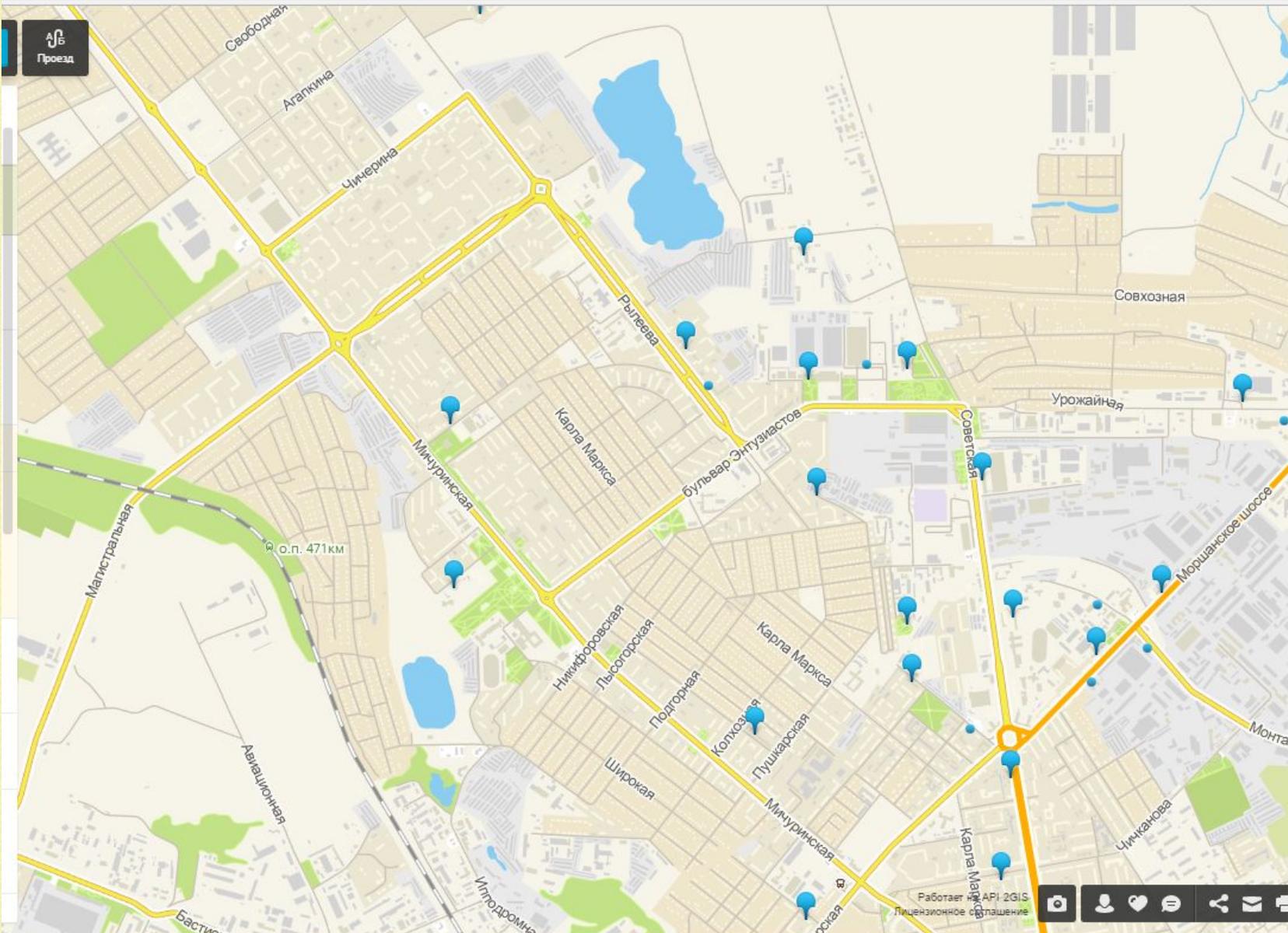
Предмет и объект исследования

Объектом анализа выступают сети аптек Северного района города Тамбова.

Предметом исследования является количество клиентов, которое ежедневно посещают задействованные аптеки и приобретают там различный товар.

Районы исследования

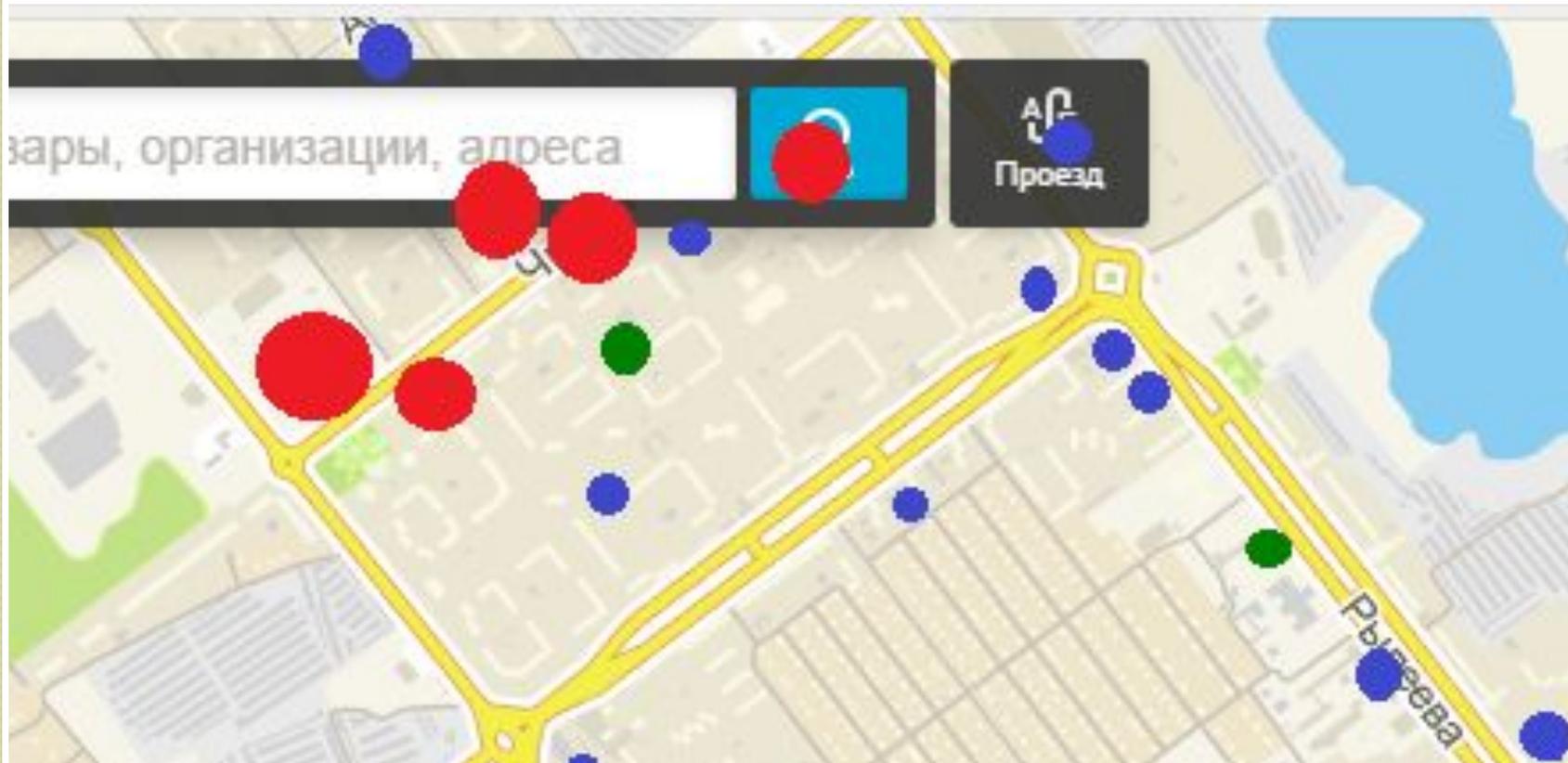
20область/tab/firms?queryState=center%2F41.412106%2C52.755256%2Fzoom%2F14



Наименования аптек

1. ООО «Тамбовфармация»
2. «Виктория-Регион»
3. ВИТА
4. Мелодия здоровья
5. Аптечные пункты в городских больницах
6. «Надежда-Фарм»
7. Медиум
8. Эконом
9. Ведунья
10. Ригла
11. Забота





1. Спальный район
2. Много различных магазинов, а также вблизи расположен гипермаркет
3. Перекрёстки и кольцевые
4. Удобные «подъезды» к аптекам

Лидеры по дневной выручке

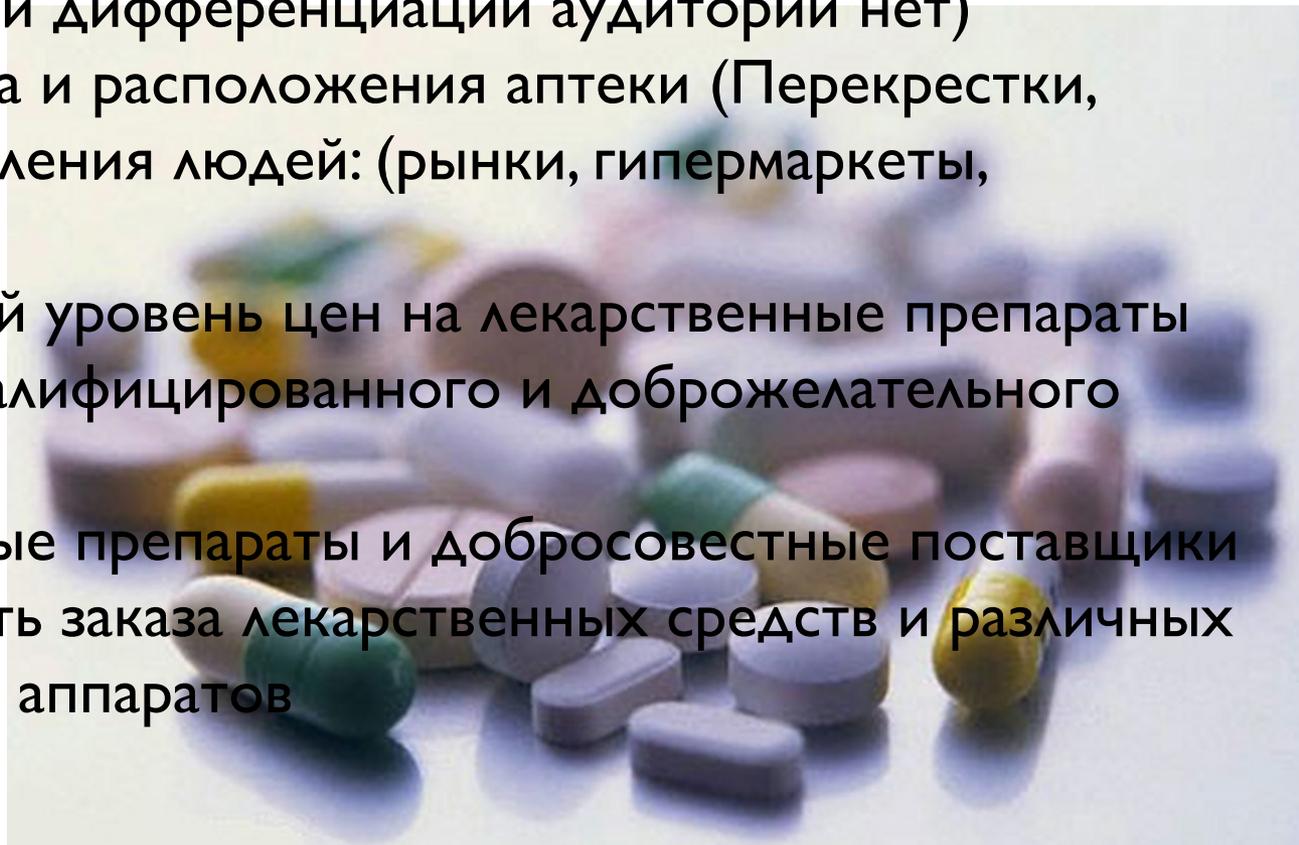
№	Наименование аптеки	Поток клиентов	Выручка
1.	Эконом (Чичерина 20а)	181	49655
2.	Ригла(Мичуринская 211)	180	48696
3.	МУП (Мичуринская 169в)	201	45311
4.	Тамбовфармация (Рылеева 60в)	89	42482
5.	Тамбовфармация (Б. Энтузиастов 2Б/1)	95	41190
6.	Тамбовфармация (Чичерина 48а)	157	37081
7.	Тамбовфармация (Мичуринская 133)	183	36582
8.	Надежда-Фарм(Чичерина 17)	106	29197
9.	Забота	69	19278

Покупательские предпочтения



Предложения для начинающих предпринимателей

1. Исследование сегментов рынка и основной потребительской аудитории. (В случае фармацевтического бизнеса четкой дифференциации аудитории нет)
2. Выбор места и расположения аптеки (Перекрестки, большие скопления людей: (рынки, гипермаркеты, остановки))
3. Приемлемый уровень цен на лекарственные препараты
4. Наличие квалифицированного и доброжелательного персонала
5. Качественные препараты и добросовестные поставщики
6. Возможность заказа лекарственных средств и различных медицинских аппаратов



Чему мы научились

1. Преодолевать психологический барьер в общении с людьми
2. Рассчитывать выручку и потоки покупателей при помощи чеков
3. Узнали, чем отличается хлоргексидин от перекиси водорода
4. Нашли аптеку в Северном районе, где самые дешевые бахилы (1,50 рублей)
5. Импровизировать на месте
6. Изучили особенности выкладки товаров в аптеках
7. Узнали то, какие факторы влияют на ценообразование в аптечном бизнесе.

**СПАСИБО
ЗА ВНИМАНИЕ!!!**

