

# «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:

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

# 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
<b>Общий итог</b>	<b>64</b>	<b>15</b>	<b>12</b>	<b>5</b>

# 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.**