

Каким законам подчиняются, как изменяются и куда движутся «небесные тела» в системе фармацевтического канала?

Небесные тела вращаются все по тем же орбитам, но всякий раз по другим законам.

Станислав Ежи Лец

Раньше система фармацевтического канала была наполнена такими «планетами», как КАМы, Дистрибьюторы, Аптечные сети, Покупатели, Региональные менеджеры, которую сопровождали ее неотъемлемые спутники — Медицинские представители.

«Планеты» волновал только один вопрос — какая из них главная? Какая из них заставляет вращаться всю фармацевтическую систему?

медицинское или фармацевтическое образование. «Жители» планеты — наблюдатели, посланные следить за работой Медицинских представителей, поэтому знают адреса, пароли, явки ЛПУ и устраивают там засады, могут установить диагноз по телефону. Панически боятся калькуляторов. Они уверены, что их спутники работают замечательно, а во всех проблемах взаимоотношений с планетой Аптечные сети виноваты КАМы.

Девиз жизни Медицинских представителей: цель — ничто, отметка на GPRS — все. Имеют высшее медицинское образование. Активно взаимодействуют с врачами, мастера проведения презентаций за одну минуту. Любят рассказывать и приукрашать свои рассказы о препаратах. Склонны к передаче подарков. Если их застали на встрече, редко могут четко сформулировать цель своего визита.

Дистрибьюторы

Эти небесные тела имеют достаточно большой вес в системе фармацевтического канала, однако у некоторых из них есть тенденция к исчезновению в «черных дырах» Вселенной.

Аптечные сети

Самый многочисленный житель «планеты» — фармацевт. Компетентен в вопросах фармакологии. В общении с медицинскими представителями холоден, во время двойных визитов может продемонстрировать провалы в памяти, ведет классификацию Медицинских представителей, выводит из круга общения Медицинских представителей категории С. Склонен менять свою принципиальную позицию, исходя из мотивации, принимает решение, чем лечиться пациенту, способен в отдельно взятой аптеке построить конъюнктуру рынка, не типичную для статистических данных.

Продакт-менеджеры

Продакты большую часть времени базируются на своей «планете». И только иногда посещают офисы других «планет», выходя в открытый космос фармацевтической системы. Продакт-менеджеров много. Они любят свой продукт и считают, что только он способен быть первым и лучшим на рынке. Продакт-менеджеры имеют тонкую душевную организацию и, как все творческие персоны, склонны строить воздушные замки. Они всегда полны идей. Придумывают концепт рекламной кампании и пишут уникальные рекламные материалы, создают слоганы и верят, что они на 100% понятны жителям других «планет». Оптимисты, уверены, что все население страны смотрит телевизор. Всегда знают, как выполнить план в теории, и никогда не отвечают за выполнение его на практике.



КАМы. Кто они?

Они имеют высшее образование, навыки ведения переговоров, как правило, обладают опытом работы региональными менеджерами. Зона их влияния — *sell in*. Взаимодействуют с «планетой» Аптечные сети. Не отвечают за препараты с истекшим сроком годности и за работу дистрибьюторов. Ориентированы на построение пенетрации. Не используют в своей работе функцию Excel ВПР.

«Жизнь» КАМов циклична, измеряется выполнением запланированных задач поквартально или ежемесячно. КАМы зависят от планеты Аптечные сети, поэтому выстраивают отношения с лицом, принимающим решение, — жителем «планеты» Аптечные сети.

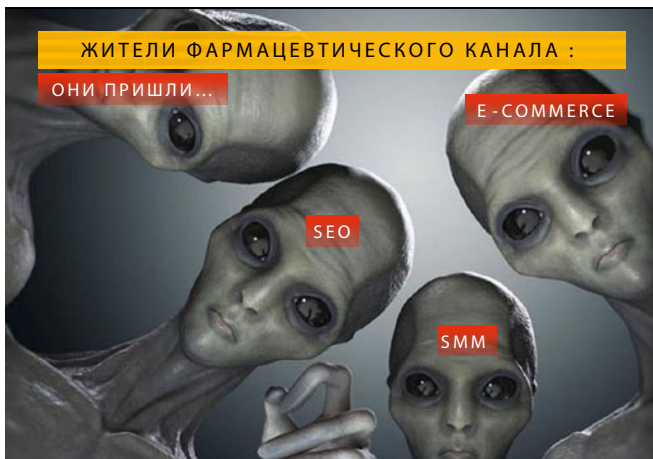
Региональные менеджеры и Медицинские представители

Возможно, это самые густонаселенные «небесные тела» в фармацевтической системе. Региональные менеджеры имеют высшее

Есть еще одна планета, и она особенная. Это самая главная «планета» — **Пациенты**. Они разные, их потребности и возможности разнообразны. Они больше других зависят от слаженности работы фармацевтической системы. Чем согласованнее действия всех «планет», тем выше результативность работы каждой из них и тем комфортнее чувствуют себя жители «планеты» Пациент.

Так было раньше, но жизнь не стоит на месте. В ходе эволюции стали появляться новые планеты и орбиты. Началась интернет-эпоха.

Мировая паутина активно вошла в нашу жизнь и сегодня очень сложно представить, как мы раньше обходились без нее. Глобальные изменения коснулись разных сфер нашей жизни. Появились новые возможности, функции и термины, в лексикон вошли такие понятия, как «SEO», «E-commerce», «SMM».



Повышая свою конкурентоспособность, Аптечным сетям пришлось изучать и осваивать то, что, казалось, не имело никакого отношения к фармации. Аптечные сети, идя в ногу со временем, создают интернет-сайты, позволяя потенциальному покупателю экономить время: находить препарат/товар в нужном количестве, удобном месте и по оптимальной цене. Покупатели быстро оценили преимущества данного канала коммуникации — он сокращает цепочку, а возможности сайтов по ширине и глубине ассортимента поистине безграничны. При необходимости, не выходя из дома или офиса, можно сделать предзаказ, а затем прийти и выкупить в ближайшей аптеке заранее собранный заказ.



Есть еще одна планета, и она особенная. Это самая главная «планета» — Пациенты. Они разные, их потребности и возможности разнообразны. Они больше других зависят от фармацевтической системы

Маркетологи Аптечных сетей не успевают освоить все новые возможности, предоставляемые интернет-эпохой, и в офисе появляются новые специалисты, которые сопровождают сайт, работают в SMM, строят воронки продаж и прописывают SEO.



Категорийный менеджмент больше не управляет категориями, воронка продаж в умелых руках специалиста, ведет покупателя по ассортиментному ряду и отправляет товары в «Корзину». Брошенные «Корзины» напоминают о себе покупателям, заставляя их вернуться и завершить покупку. Искусственный интеллект знает о своем покупателе все: что он смотрел, покупал, какие цены сравнивал... Мир перестал быть прежним, он разделился на on-&offline.



**Юлия Клименюк, бизнес-тренер,
Марина Перепелица, Аптека 9-1-1**