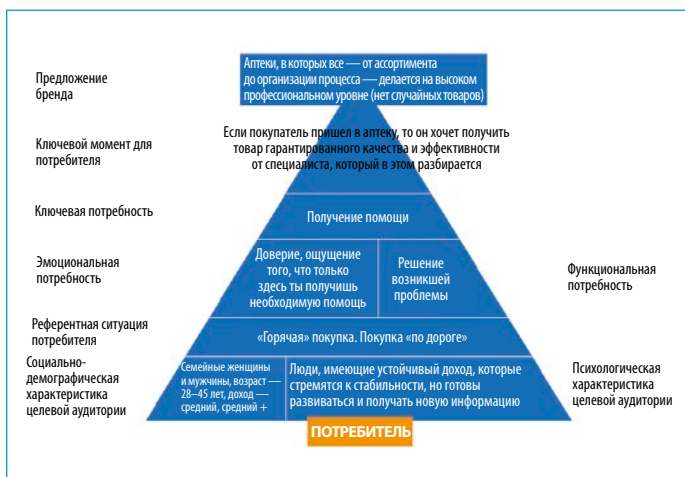
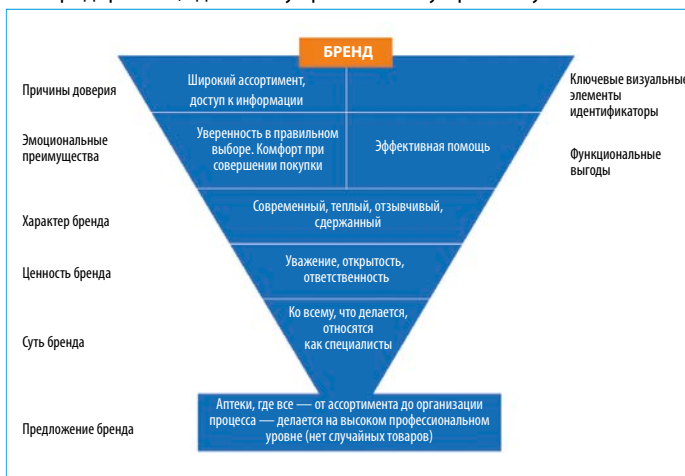


# Ребрендинг сети аптек «Наша аптека»

Сеть «Наша аптека» основана в 1998 г. и на сегодня объединяет 70 аптек в 12 регионах Украины, являясь согласно стандартной классификации Всеукраинской аптечной сетью. Компания успешно развивалась и расширяла свое присутствие на фармрынке под общим брендом «Наша аптека» (ромашка в качестве фирменного знака и красные буквы «Аптека»), что полностью соответствовало рыночному позиционированию компании: аптека возле дома. Начавшиеся в 2013 г. изменения в политической и, особенно, экономической жизни Украины побудили руководство компании принять важные стратегические решения, направленные как на изменение подходов к построению внутрикорпоративных бизнес-процессов и внешних коммуникаций, так и рыночного позиционирования в целом

Ребрендинг сети «Наша аптека» должен был донести до потребителя новые ценности компании, изменения в стратегии работы и ценовое позиционирование. Видение ТОП-менеджмента компании было таким:

- аптека — это не супермаркет или магазин одежды, где вам с улыбкой продадут товары;
- аптека — это не закрытое учреждение, где вам «отпустят» то, что посчитает нужным продавец;
- аптека — это специализированное профессиональное розничное предприятие, где помогут решить вашу проблему.



В целях объединения пожеланий ТОП-менеджмента компании и с учетом ожиданий/потребностей рынка специалисты сети «Наша аптека» провели собственные исследования (включающие как полевые испытания, так и работу с фокус-группами). По их результатам были сформированы две пирамиды — Пирамида бренда и Пирамида потребителя, позволившие приступить к визуализации.

Для визуализации этой идеи было отобрано агентство Milk (г. Киев), имеющее в своем портфолио примеры удачной разработки как новых брендов, так и перевоплощения старых. Ключевое сообщение, которое требовалось донести потребителю:

- сеть «Наша аптека» больше, чем обычная аптека;
- покупатель сети получит больше, чем ожидает:
  - больше ассортимента;
  - больше выбора;
  - больше информации;
  - больше доброжелательности;



- предложение сети будет сделано квалифицированными специалистами, понимающими что и зачем они предлагают.

В результате был разработан бренд, который в полной мере отображает как пожелания сети «Наша аптека», так и ожидания рынка.

Параллельно велась работа по формализации и использованию новой ассортиментной и ценовой политики, описанию и внедрению бизнес-процессов, изменению текстовых модулей и схем поведения провизоров и фармацевтов. Все это было оформлено в новые стандарты обслуживания клиентов. В рамках работы с первостольниками с помощью серии тренингов специалистами были протестированы и скорректированы их поведенческие индикаторы в соответствии с новыми стандартами.

С лета 2016 г. начался ребрендинг торговых точек по разработанному брендбуку и новым стандартам обслуживания клиентов. На данный момент была полностью изменена 31 аптека. Изменения, как уже указывалось, были как визуальные, так и системные, связанные с работой первостольника, ценой и ассортиментом товаров, что дало практически моментальные результаты. По итогам работы полугодия ребрендированных торговых точек достигнуты такие показатели:

- реализация +160%;
- количество чеков +112%;
- средний чек +60%;
- количество посетителей +82%.



В планах компанії на 2017 г. — закончить ребрендинг аптечної сети (еще 49 точок) и использовать удачный опыт работы в новом формате во всех областях Украины.

София Орловская

Підрозділ зі сприяння працевлаштуванню студентів КВНЗ «Житомирський базовий фармацевтичний коледж ім. Г.С. Протасевича» запрошує всіх на «Ярмарок вакансій — 2017»



## Ярмарок вакансій – 2017!



У рамках заходу представники роботодавців можуть презентувати свою компанію, надати інформацію про умови працевлаштування, стажування, проходження практики, висвітлити вимоги до пошукачів, познайомитися зі студентами та випускниками коледжу. Студенти мають змогу познайомитися з майбутніми роботодавцями, дізнатися про особливості пошуку роботи, працевлаштування, проходження практики та стажування.

Маємо надію, що серед наших студентів представники практичної сфери зможуть обрати кандидатів на запропоновані посади та сформувати кадровий резерв.

**Захід відбудеться 22 березня 2017 р. о 12.00**

Місце проведення: актовий зал коледжу.

Аудиторія слухачів: 260 студентів-випускників за спеціальністю 226 «Фармація» та 45 студентів-випускників за спеціальністю 224 «Технології медичної діагностики та лікування. Лабораторна діагностика».

**Адреса заходу:**

м. Житомир, вул. Чуднівська (Черняхівського), 99.

**Контактна особа:**

Луцак Ірина Василівна, моб.: (097) 791-39-52

e-mail: lutsak\_irina@ukr.net

http://pharm.zt.ua

**Просимо підтвердити свою участь у Ярмарку до 13.03.2017 р.**