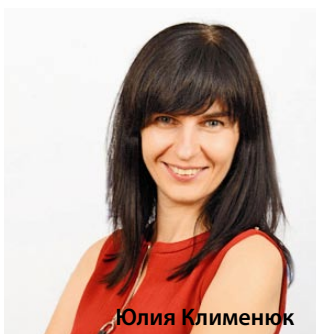


На фармацевтический рынок пришел кризис, а с ним и новые слова. «KVI» — звучит в офисах ведущих аптечных сетей. Что означает это понятие? Как применять KVI в работе и получать положительный результат?

Кей Ви Ай (KVI)



Юлия Клименюк

KVI (*key value indicator*) — это ключевой индикатор уровня (величины), который позволяет оценить показатель, за которым наблюдают, и сделать вывод о качественной либо количественной характеристике объекта наблюдения. Цель индикатора — указывать текущее состояние объекта наблюдения. Говоря простым и понятным языком, KVI — это ценовой маяк. Тот товар, по которому покупа-

тель, пришедший в аптеку, способен сделать вывод о размере цен в конкретной торговой точке. В маркетинге (*marketing KVI*) такие индикаторы позволяют измерить расхождение между исполнением стратегии маркетинга и ее конечным результатом. Среди типичных маркетинговых индикаторов эффективности следует выделить: показатель дохода на одного клиента, величину среднего размера заказа, количество потерянных клиентов, показатель отношения увидевших рекламное сообщение ко всей потенциальной целевой аудитории и пр.*

К группе KVI относятся товары, наиболее чувствительные к цене. По товарам этой группы покупатели определяют ценовой уровень предложения. Поэтому очень важным является выделение товаров, цена которых будет определяющей для покупателей.* Какие товары могут быть ценовыми маяками? Хочу поделиться личным опытом. Ценовыми маяками не будут самые дешевые товары (например, мало кто знает цену на бинт). KVI — это известные и «понятные» потребителю товары, которыми он систематически пользуется и хорошо знает их цену. Как правило, это препараты, которые применяют при хронических заболеваниях.

Следует помнить, что ценовой маяк KVI — это «убитая» реализованная наценка. Снижая цену на один из товаров, нам необходимо

увеличить его продажи минимально до объема реализованной наценки. Например, мы делаем наценку не 20%, а 10%. Следовательно, нужно удвоить продажи, чтобы не понести потерь. Но ведь нам нужен прирост, а не только реализация товара, который у нас является ценовым маяком. Для этого нужно анализировать, как меняется количество покупателей.

Сколько должно быть таких позиций? Их не должно быть более 50. Даже это очень много. Как правило, речь идет о 20 товарах, выступающих ценовыми маяками — KVI. Хочу заметить, что ценовым маяком будет самая большая упаковка в линейке продукта. Не имеет смысла ставить маленькую, так как это приведет к понижению среднего чека.

Часто спрашивают, есть ли смысл считать товарами KVI препараты сезонного спроса (например, от простуды)? Отвечаю: «Есть!». Но только те, которые активно рекламируют в СМИ, а также

лидеров в своих категориях и группах. Почему так? Покупатель не знает, сколько стоят противопростудные чаи. Возможно, он их покупал год назад. Но низкая стоимость этого товара в аптеке формирует стереотип доступной цены, что станет решающим при выборе аптеки в следующий раз. Это работа на перспективу. Однако это не касается аптек с высоким уровнем проходимости. Следует отметить, что товары группы KVI в сетевых аптеках должны быть разные в зависимости от типа аптеки и целевого контингента.

С точки зрения мерчандайзинга, товары KVI должны быть заметны на полке, но при этом не следует специально акцентировать внимание покупателей на них. Ценовые маяки необходимо довести до конечного потребителя акционным ценником, листовкой, газетой. Обнаружив товары KVI, покупатель может сориентироваться и понять, к какой ценовой категории относится аптека, каков в ней уровень товаров, кто является ее среднестатистическим покупателем. Со временем ценовой маяк может выполнять функцию маркетингового инструмента, обеспечивающего *sell out* товара.

Юлия Клименюк

KVI — это торговые марки и конкретные товары этих марок, цены на которые хорошо известны потребителю в силу их постоянного наличия, маркетинговой активности и регулярности приобретения. Как правило, группа товаров KVI составляет 50 ЛС и 30–50 товаров FMCG. Торговому персоналу и маркетологам необходимо регулярно контролировать постоянное наличие и достаточное количество товаров KVI

* www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_k/kay-vie-ai-kvi/