

Аптеки в интернете

Аптечный ритейл все чаще стал продвигать свои услуги и товары через интернет. У многих появились собственные сайты. Кто-то отдает предпочтение работе через сайты-агрегаторы, кто-то сосредоточился на работе в социальных сетях. Инструментов для продвижения множество и их еще предстоит освоить. Пока можно лишь утверждать, что появился целый канал продвижения под названием ИНТЕРНЕТ



Интернет — это огромный мир, который имеет безграничные возможности. Современный человек проводит много времени на его просторах: ищет товары или услуги, пользуется справочными ресурсами, не пропускает и развлекательный контент. Век технологий позволяет отслеживать действия потенциального покупателя. Маркетологи давно начали осваивать предоставляемые интернетом возможности в построении воронки продаж: таргетированная реклама в социальных сетях и ленте новостей, триггерные рассылки (например, если предложение просматривалось, но покупка не была совершена) и др.

Аптечные сети также используют интернет для проведения анализа существующих предложений, в том числе при выборе товаров и услуг. Уже не нужно звонить или приходить в аптеку конкурента, достаточно просто зайти на сайт, найти нужную аптеку, необходимый препарат, узнать цену и убедиться в его наличии. Маркетологи по достоинству оценили возможность отслеживания промопредложений у конкурентов. Это удобно, понятно, доступно и наглядно в режиме реального времени. Сейчас в компаниях наблюдается тенденция позиционирования отдельной должности — интернет-маркетолога.

Что важно знать об интернет-маркетинге? В чем особенности онлайн-продвижения?

Прежде всего покупатель должен быть уверен в том, что **товар имеет достойное качество**. Следует помнить, что товар на вашем сайте конкурирует не только с аналогичным на других сайтах, но и с таковым в рознице (в аптеке), которая является точкой его выдачи. Именно сюда приходит потенциальный покупатель, желающий приобрести «все и сразу» и уверенный, что здесь есть все необходимое в нужном количестве и по привлекательной цене.

Принято считать, что цена в интернете ниже благодаря экономии на издержках. **Контролируйте цены и регулярно сравнивайте их с ценами у конкурентов**. Аптеки на своих ресурсах могут отображать либо единую в сети цену для товаров в интернете, либо цену в каждой отдельной аптеке.

Разрабатывайте комплекс мероприятий по продвижению как сайта, так и товара. Для этого существует огромный арсенал

Интернет-маркетинг (англ. *internet marketing*) — это практика использования всех аспектов традиционного маркетинга в сети интернет, затрагивающая основные элементы маркетинг-микса: цену, продукт, место продаж и продвижение. Основная цель — получение максимального эффекта от потенциальной аудитории сайта*

инструментов — поисковое продвижение, контекстная реклама, баннерная реклама, e-mail маркетинг, вирусный маркетинг, социальные сети, скрытый маркетинг, интерактивная реклама, работа с блогами и т.д.

Сайт — это ресурс, где потенциальный покупатель совершит заказ либо покинет страничку вашего сайта и уйдет на другой ресурс. У вас может быть самое привлекательное ценовое предложение, но представлено мало информации о товаре, поэтому потенциальный покупатель не смог его оценить. Возможны непонятная воронка продаж, неудобный вариант оформления корзины или отсутствие достаточного количества товара в потенциальной точке выдачи (аптеке). Причин, почему заказ не был оформлен, может быть много. **Регулярно проводите юзабилити-аудит**. Обратите внимание на скорость работы сайта, условия доставки под заказ в точку выдачи, работу с клиентами до, во время и после продажи, сервис, программу лояльности, удобство совершения заказа и на многие другие аспекты.

В размеренную жизнь фармацевтического канала ворвался век технологий. Кто победит в битве за покупателя на просторах мировой паутины? Мы живем в эпоху глобальных перемен. Мир перестал быть прежним, изменились и маркетинговые инструменты. Очень скоро мы узнаем о тенденциях в мире интернета фармацевтического канала, о рейтинге сайтов аптечных сетей и освоим новые возможности мира интернет.

Юлия Клименюк, бизнес-тренер

	июль 2018	июнь 2018	май 2018	апрель 2018	март 2018	февраль 2018	январь 2018
tabletki.ua	63	65	60	59	59	56	64
apteka911.com.ua	430	429	441	459	480	490	532
medbrowse.com.ua	554	516	477	485	437	366	389

*Кензина Ц.З., Манджиев Б.А. Интернет-маркетинг: понятие и актуальность // Молодой ученый. — 2016; № 27 (2): 18–20.