

ПРОДВИЖЕНИЕ БЕЗРЕЦЕПТУРНЫХ ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ (ОТС ГРУППА) И ТОВАРА АПТЕЧНОГО АССОРТИМЕНТА

Гродненское республиканское унитарное предприятие «Фармация»

В последние десятилетия изменился менталитет посетителей аптек, их информированность, финансовые возможности, отношение к собственному здоровью. Быть в хорошей форме стало престижным и материально выгодным. Это не только отказ от вредных привычек, интерес к физической культуре, но и внимание к профилактическим средствам. С увеличением спроса населения на профилактические средства и товары для здорового образа жизни в аптеках значительно расширился ассортимент лекарственных средств группы ОТС, БАДов к пище, профилактических комплексов, медицинских изделий. В аптеках широко представлены средства санитарии и гигиены, ортопедические изделия, медицинская техника, средства индивидуальной защиты, очковая оптика, диетическое и лечебное питание, лечебно-столовые и лечебные минеральные воды, товары для беременных и для детей (питание, средства ухода), косметика и многое другое.

Для обеспечения населения предприятие максимально использует эффективные формы продвижения и реализации лекарственных средств группы ОТС и других товаров аптечного сегмента на оптовом и розничном звене. Проводимая работа по продвижению фармацевтической продукции подчиняется требованиям законодательства, этическим нормам с неукоснительным соблюдением правил предоставления потребителю объективной и достоверной информации.

Эффективность обслуживания оптового потребителя на аптечном складе выросла при активном использовании в работе современных информационно-технологических процессов:

– взаимодействие предприятия с поставщиками и в первую очередь с отечественными производителями (налаживание информационного обмена, включая передачу справочников лекарственных средств, заявки производителю, остатков товара на аптечном складе и получения от них спецификаций, электронных товарно-транспортных накладных);

– автоматизированное управление товарными запасами на аптечном складе предприятия. Внедрение современного программного продукта в работу аптечного склада обеспечило значительное сокращение времени обработки товара, позволило оперативно контролировать запасы с учетом сезонных колебаний, сроков годности и т. д.;

– передача электронных накладных покупателям (аптекам РУП «Фармация», аптекам негосударственной формы собственности, организациям здравоохранения) позволяет сократить сроки оприходования товара;

– увеличение производительности труда, и как следствие, ускорение оборачиваемости товарных запасов достигнуто благодаря увеличению продолжительности рабочего времени аптечного склада в связи с введением двух смен, обновлению и увеличению грузоподъемности автомобильного парка, оптимизации маршрутов;

– четко отработанная ритмичность предоставления прайс-листов для заявки и доставки грузов покупателям, значительная пропускная способность почтового сервера, появившаяся в результате установки автоматической цифровой телефонной станции, позволили оперативно рассылать и получать электронную почту.

В связи с тем, что в объеме реализации аптек значительное место занимает реализация товара за наличный расчет, проводится работа по обеспечению максимально интенсивного продвижения товара на уровне розничной реализации безрецептурных лекарственных средств и товара аптечного ассортимента. Изучается ассортимент и структура товарооборота, анализируются сезонные колебания с целью полного обеспечения спроса покупателей.

Аптека не только отпускает лекарственные средства, товары аптечного ассортимента, а предоставляет комплекс: товар + торговая услуга — «сервис». «Аптечный сервис» — это предоставление покупателю необходимой информации и фармацевтической помощи в рамках обеспечения «ответственного самолечения». Посетители не только приобретают необходимые им лекарства и товары аптечного ассортимента, но и получают услуги: профессиональную консультацию фармацевтического работника, удобный режим работы аптеки, доставку в аптеку товара по заказу, возможность оплаты банковской карточкой и другие.

Функционирование аптек в одном комплексе с учреждениями здравоохранения, в зданиях торговых сетей «Евроопт», «Алми», в новых строящихся районах позволяет организовать качественное и доступное лекарственное обеспечение, предполагает удобство посещения аптеки.

Внедрение в практику работы новых информационных технологий дало возможность качественно усовершенствовать ассортиментную политику и логистику в аптеке, ускорить оприходование товара и его подготовку к розничной реализации. Программный комплекс «Белорусская аптека» на рабочем месте аптечных работников ускорили процесс обслуживания посетителей в торговом зале.

Повышает уровень обслуживания населения предоставление справочной службой (по короткому номеру 169 и городским телефонам) и специалистами аптек, в том числе и сельских, информации о наличии товара, остатках, ценах во всех аптеках предприятия. В аптеках, в которых функционирует ПК «Белорусская аптека», размещены стикеры с QR-кодом. Интернет пользователи могут получить данные о наличии в аптеках лекарственных средств и их ценах на 6 интернет-ресурсах «Поиск лекарств в аптеках» (tabletka.by, gippokrat.info, 103.by, webapteka.by, MedPortal.org, imedica.by). Данный вид услуг позволяет сэкономить время потребителя. Для облегчения поиска необходимого посетителю товара в аптеке, для удобства покупки активно используются принципы фармацевтического мерчандайзинга:

– разработан логотип внешнего и внутреннего стиля аптек;

- применяется комплексный подход к оформлению и обустройству торгового зала;
- соблюдается принцип пяти «Н» — нужный товар в нужном месте, в нужное время, в нужном количестве и по нужной цене;
- введен единый «Стандарт оформления витрин», позволяющий выбрать товар самостоятельно;
- для посетителей в ряде аптек установлены телевизоры для показа видеороликов, предоставленных белорусскими производителями, по здоровому образу жизни; кресла с тонометром для самостоятельного измерения артериального давления.

Значительным ресурсом продвижения фармацевтического товара в розничной реализации являются специалисты первого стола, от их действий зависит качество оказания фармацевтической помощи клиенту и успех работы аптеки. С повышением общеобразовательного уровня фармацевтических работников растет производительность их труда и культура обслуживания покупателей.

Для повышения профессионального уровня специалистов проводятся семинары не только по темам эффективной фармакотерапии, но рассматриваются вопросы повышения уровня сервиса, культуры обслуживания посетителей, оформления витрин. На обучающие семинары приглашаются Опиционер-лидеры (кафедральные работники БелМАПО, ГрГМУ), мнение которых оказывает существенное влияние на назначение лекарственных средств медицинскими работниками и на рекомендации фармспециалистов, представители отечественных фармацевтических предприятий. Медицинские представители белорусских предприятий организуют для участников мероприятий мини-выставки лекарственных средств, товаров аптечного ассортимента.

Для обучения специалистов используются современные методы: ролевые игры и тренинги, которые значительно эффективнее традиционного обучения. Со специалистами первого стола отрабатываются на практике задания по технологии розничных продаж, продвижению к покупателю товара, в том числе и белорусских производителей, разрешению конфликтных ситуаций в процессе обслуживания.

Значительное внимание уделяется выкладке товара на витрине, при оформлении витрин используются яркие элементы декорации и навигации. В первую очередь на витрине выкладываются упаковки товара отечественных производителей, которые оформляются стикерами «Зроблена ў Беларусі», медицинская техника — ярлыками с техническими характеристиками. Используются специализированные витрины, демонстрационный манекен для размещения медицинских изделий, ортопедических изделий, компрессионного трикотажа, средств по уходу людей с ограниченной подвижностью (ходунки, костыли, трости), продукции гигиенического назначения и других товаров аптечного ассортимента.

Коммуникационную ценность продвижения товара к потребителю имеет и цена. Для сдерживания роста розничных цен, снижения ценовой нагрузки на население, проводится снижение оптовых и торговых надбавок от установленного предельного уровня. Социально незащищенным категориям населения предоставляются скидки на все фармацевтические товары отечественного производства, а всем покупателям при покупке товара на определенную сумму чека.

Положительным является проведение акций по предоставлению покупателям скидки на начальном этапе работы вновь открытых аптек. Система скидок обеспечивает доступность лекарственных средств, товаров аптечного ассортимента различным слоям населения и повышает конкурентоспособность предприятия.

Мощный инструмент увеличения продаж, повышения лояльности населения к аптеке — проведение медико-гигиенических акций совместно с медицинскими работниками и представителями отечественных предприятий. Во время проведения акций население имеет возможность приобрести лекарства и фармацевтические препараты со скидкой.

Для формирования и передачи информации для врачей о наличии в аптеках лекарственных средств, используются информационные технологии, возможности программных комплексов «Белорусская аптека», «Аптечное справочное бюро».

Улучшение качества и культуры обслуживания посетителей, использование эффективных методов продаж фармацевтической продукции, принципов фармацевтического мерчандайзинга, расширение услуг населению, проведение акций, предоставление скидок с розничных цен повышает уровень розничных продаж за счет роста объемов реализации безрецептурных лекарственных средств, биологически активных добавок к пище, других товаров аптечного ассортимента.