

## 7 шагов визита в аптеку – 7 шагов

План на цикл	Составление плана на цикл, определение маршрутов
Шаг 1 Планирование и Подготовка	1.Проверка записей результатов последнего визита ( <i>отражено в планшете (CRM)</i> ); 2.Постановка цели (для зав.аптеки и первостольников, задание ASM ( <i>отражено в планшете (CRM)</i> )) 3.Проверка наличия материалов ( <i>заряженный планшет, POS-материалы</i> )
Шаг 2 Осмотр торговой точки	1. Фотография мест выкладки ( <i>планшетом</i> ); 2. Проверка выкладки ( <i>согласно планограммам (отражено в планшете (CRM))</i> ); 3. Анализ дефектуры на полке; ( <i>отражено в планшете (CRM)</i> ); Снятие остатков и ввод в систему (вносим в планшет (CRM)); 4. Проверка информации о ценах; 5. Проверка POS-материалов; ( <i>отражено в планшете (CRM)</i> ); 6. Анализ конкурентов ( <i>фото инфо</i> );
Шаг 3 Корректировка целей	1. Сверка остатков с базой точки, корректировка в системе ( <i>вносим в планшет (CRM)</i> ); 2. Формирование заказа ( <i>корректировка рекомендованного заказа. (вносим в планшете (CRM))</i> );
Шаг 4 Визит к заведующей аптеки	1. Согласование заказа с заведующей(кол-во, выбор дистра) ( <i>отражено в планшете (CRM)</i> ); 2. Отправка заказа ASM/дистрибутору ( <i>отражено в планшете (CRM)</i> ); 3. Обсудить трейд маркетинговые активности ( <i>контрактные переговоры</i> ) ( <i>отражено/вносим в планшете (CRM)</i> ); 4. Подведение итогов запущенных активностей ( <i>контрактных договоренностей</i> ) ( <i>отражено/вносим в планшете (CRM)</i> ); 5. Ввод новых позиций в ассортимент аптеки. 6. получение обязательств 7.Анализ конкурентов ( <i>акции для аптеки</i> );
Шаг 5 Мерчендайзинг	1. Поиск лучшего места на полке. 2.Выкладка товара согласно планограммам ( <i>отражено в планшете (CRM)</i> ); 3. Оценка выкладки ( <i>вносим в планшет (CRM)</i> ); 4. Создание наглядности с использованием POS-материалов ( <i>установка торгового оборудования</i> ); 5.Фото полки после выкладки ( <i>планшет</i> )
Шаг 6 Визит к первостольнику	1. Активный детейлинг ( <i>отражено в планшете (CRM)</i> ); 2. Второе ключевое сообщение ( <i>отражено в планшете (CRM)</i> ); 3. Фарм кружок ( <i>в зависимости от активности</i> ) ( <i>отражено в планшете (CRM)</i> ); 4. Рассказ о новинках( <i>отражено в планшете (CRM)</i> );
Шаг 7 Анализ визита	1.Анализ полученных результатов; 2.Постановка целей на следующий визит; 3.Запись результатов и целей ( <i>вносим в планшет (CRM)</i> );

Принять во внимание:

1. MR переводит тел. звонки с заказом на ASM
2. Активно работает с почтой (чтение писем, изучение и ПОНИМАНИЕ содержания, ответы на письма)
3. Анализ территории самостоятельный / совместно с ASM