

Построение работы ПС ОТС

Табунов Михаил

SFE



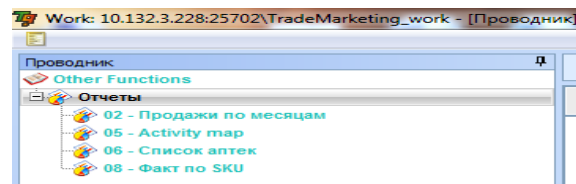
1. Цели работы PS OTC
2. Этапы работы
3. Инструменты работы
4. Принципы работы

Цели работы PS OTC
Этапы работы PS OTC





Last data updated: 11.12.2017 9:00:40



Понимание результата

Анализ внешнего окружения

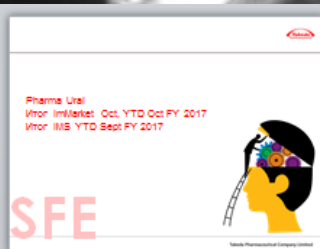
Оценка личной работы МП

Оценка ТМА

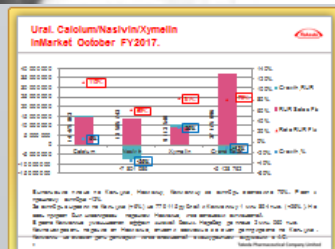
Цели работы PS ОТС



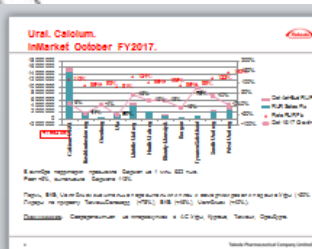
Понять
результат



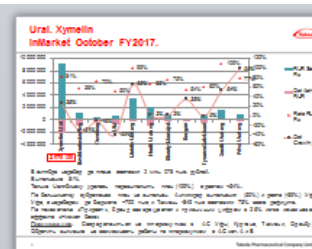
1



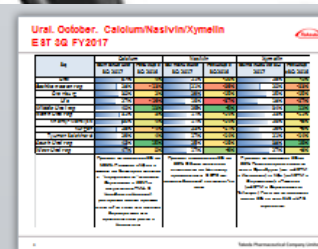
2



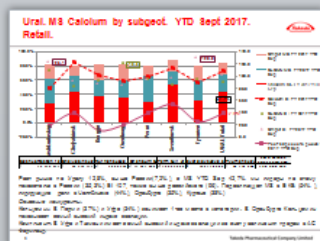
3



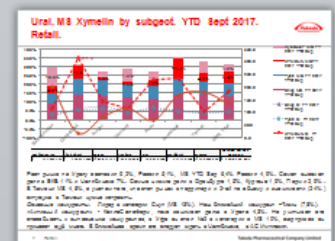
4



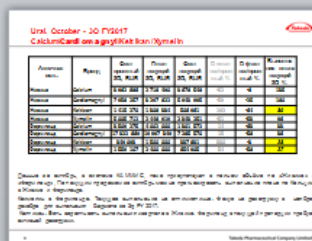
5



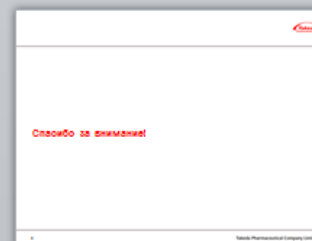
6



7



8



9

OTC

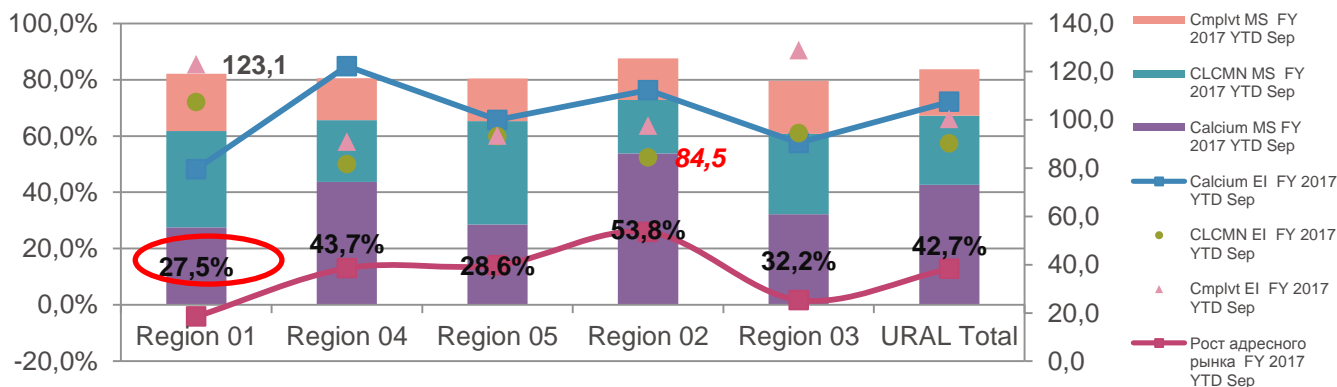
Оценка результата. Внешние и внутренние факторы



3q FY2017	3Q RUR SalesInM Budget	Oct RUR Sales Fix	Прирост 3Q 2016/2017	Выполнение 3Q 2017	Разница в выполнении с 3Q 2016	Oct Rate RUR Fix
Brand #1 URAL	39 339 521	14 475 813	6%	37%	4%	113%
Region 01	8 207 293	2 275 019	-41%	28%	-13%	85%
Region 02	11 072 466	4 466 345	46%	40%	13%	124%
Region 03	7 815 159	2 429 226	16%	31%	3%	95%
Region 04	5 861 554	2 323 592	40%	40%	15%	122%
Region 05	6 383 048	2 981 631	-2%	47%	0%	143%

Анализ результата

Регион 01 антилидер по выполнению, по приросту, по прогнозу выполнения



Оценка

окружения

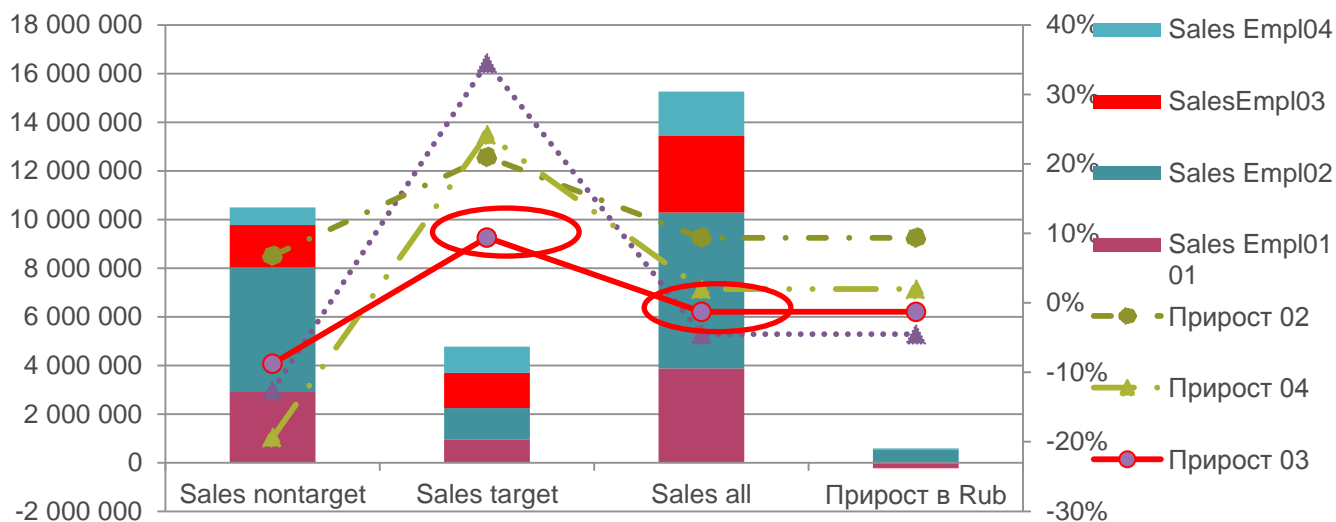
В рынке бренд нелидирующий. Проигрываем и по MS и по EI на падающем рынке

Аптечная сеть	Факт прошлый 3Q, RUR	План текущий 3Q, RUR	Факт текущий 3Q, RUR	D факт тек/прошлый %	Выполнение плана текущего 3Q %
TABLETKA	3 509 275	4 002 000	1 301 572	-63	33

Оценка действий.

Текущий прогноз выполнения говорит о малосвязанном, с планом региона, плана AC

Оценка результата. Личный вклад сотрудников.



Почему
«Сотрудник №3»
имеет самый низкий
прирост по
таргетным аптекам
?

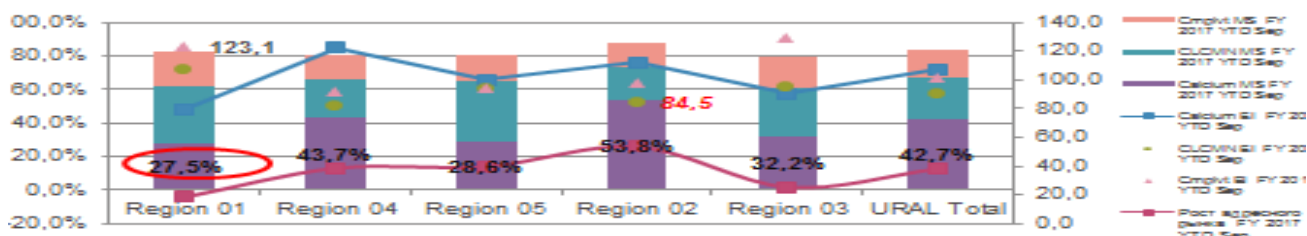
Employer	Факт визитов	% выполнения	Количество контактов	Посещено с заданной частотой	Эффективный охват
1	409	75%	136	40	29%
2	403	73%	151	56	37%
3	372	67%	145	16	11%
4	411	78%	137	48	35%

Почему
«Сотрудник №3»
имеет самый низкий
эффективный охват
?

Этапы работы PS ОТС

Поиск
решений для
отклонений

3q FY2017	3Q RUR Sales InM Budget	Oct RUR Sales Ftx	Прирост 3Q 2016/2017	Выполнение 3Q 2017	Разница в выполнении с 3Q 2016	Oct Rate RUR Ftx
Brand #1 URAL	39 339 521	14 475 813	6%	37%	4%	113%
Region 01	8 207 298	2 275 019	-41%	28%	-13%	85%
Region 02	11 072 466	4 466 345	46%	40%	13%	124%
Region 03	7 815 159	2 429 226	16%	31%	3%	95%
Region 04	5 861 554	2 323 592	40%	40%	15%	122%
Region 05	6 383 048	2 981 631	-2%	47%	0%	143%



Аптечная сеть	Факт прошлый 3Q, RUR	План текущий 3Q, RUR	Факт текущий 3Q, RUR	D факт тек/прошлый %	Выполнение плана текущий 3Q %
<u>TABLETKA</u>	3 509 275	4 002 000	1 301 572	-63	33

Выполнение
за квартал
100%.
MS 31%

1. Остановить падение продаж...
2. ...за счет наращивания MS...
3. ... в лидирующей АС региона..
4. ...коррекция таргет -аптек сотрудника №3

Поиск
решений
для
отклонений

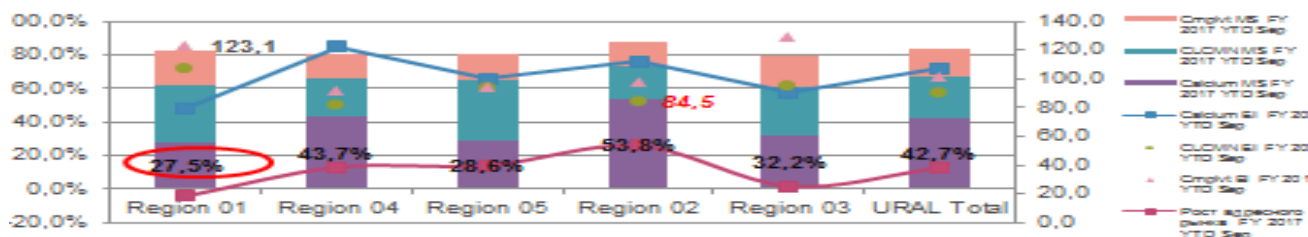
1. Учитывать особенности проблемного региона
2. Применима ли успешная практика другого региона?
3. Поиск возможностей
4. Выбор эффективного решения
5. Координация с драйверами изменений
6. Пробная реализация решения.

ТТХ эффективного решения:

Возможно к воплощению
Быстро
Просто
Не влечет новых проблем

Поиск
решений для
отклонений

3q FY2017	3Q RUR Sales InM Budget	Oct RUR Sales Flx	Прирост 3Q 2016/2017	Выполнение 3Q 2017	Разница в выполнении с 3Q 2016	Oct Rate RUR Flx
Brand #1 URAL	39 339 521	14 475 813	6%	37%	4%	113%
Region 01	8 207 293	2 275 019	-41%	28%	-13%	85%
Region 02	11 072 466	4 466 345	46%	40%	13%	124%
Region 03	7 815 159	2 429 226	16%	31%	3%	95%
Region 04	5 861 554	2 323 592	40%	40%	15%	122%
Region 05	6 383 048	2 981 631	-2%	47%	0%	143%



Аптечная сеть	Факт прошлый 3Q, RUR	План текущий 3Q, RUR	Факт текущий 3Q, RUR	Д факт тек/прошлый %	Выполнение плана текущий 3Q %
<u>TABLETKA</u>	3 509 275	4 002 000	1 301 572	-63	33

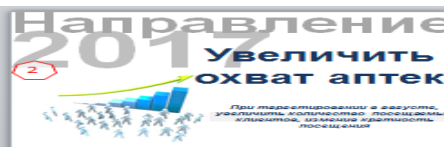
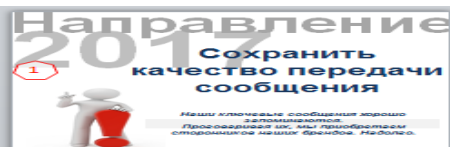
1. В регионе сильна национальная АС
2. Продвижение в АС через первое предложение брендов из каталогов АС. Через выкладку продается слабо.
3. Нужно длительное присутствие в приоритетах АС.. Оценить эффективность прикассовой выкладки.. Нужны гарантии обязательного выполнения плана АС... Расчет ROI
4. Приоритетное предложение в АС в течении 3 месяцев (каталог+рекомендация). Выкладка в прикассе в течении
5. Координация КАМ <> РМ
6. Фотомониторинг выкладки. Аудит первого предложения фармацевтом/

Выполнение за
квартал 100%.
MS 31%

Этапы работы PS OTC



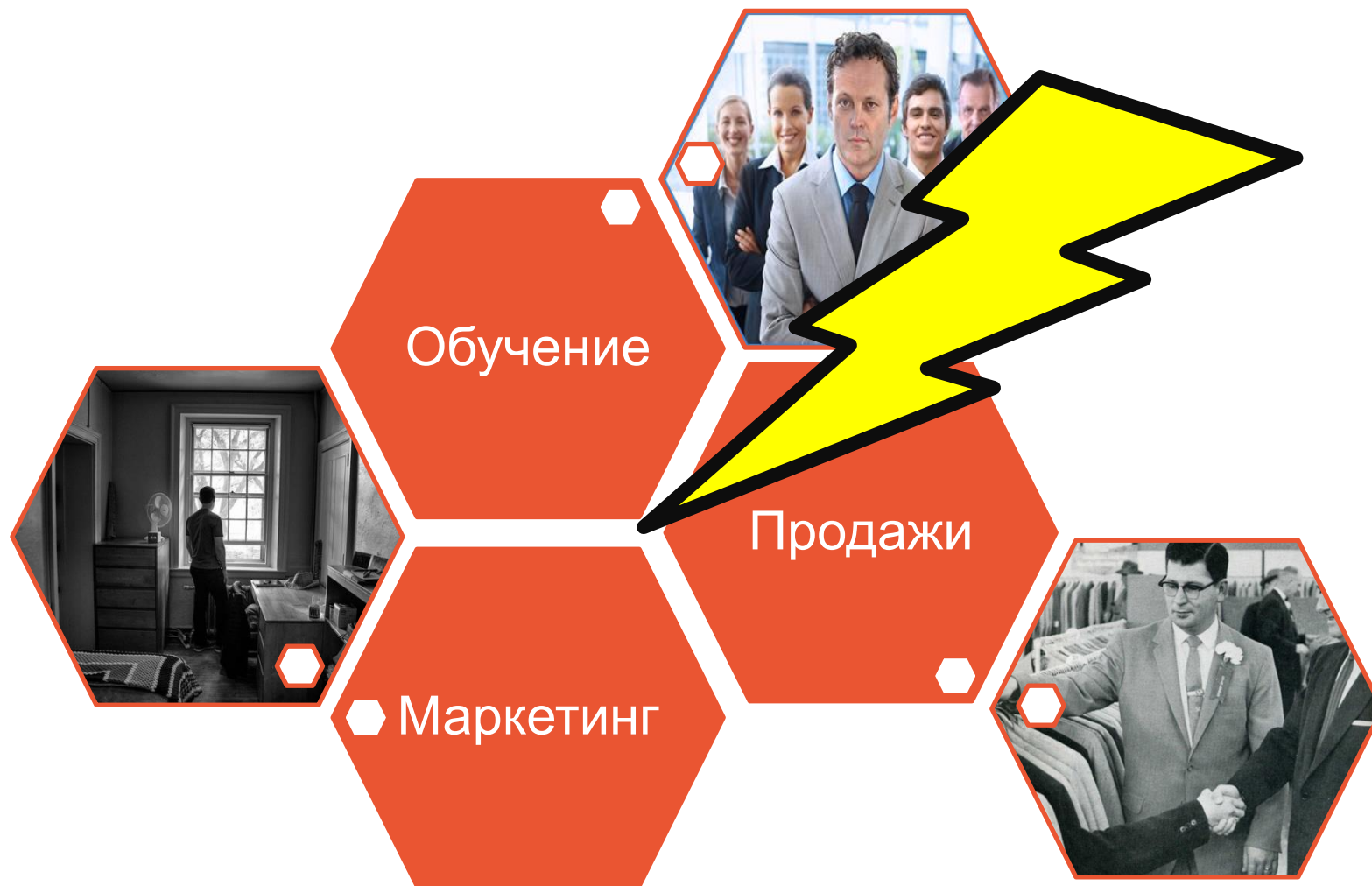
Точки проверки и тайминг ролей МП/КАС/РМ/ПС



**Насколько
изменилась
ситуация
?**

Принципы работы ПС

Место приложения силы



Спасибо за внимание!

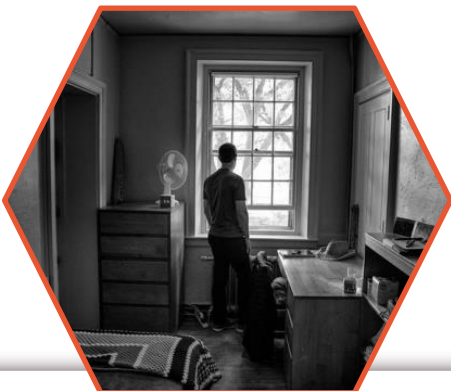
Маркетинг

Данные из нескольких источников (Избавляться от аналитического спама!)

Сверка данных.

Анализ результата. (Знать что мы ищем!)

Оценка прошлого
Анализ настоящего
Прогноз будущего



Инструменты работы



Work: 10.132.3.228:25702\TradeMarketing_work - [02 - Продажи по месяцам]

Проводник | 02 - Продажи по месяцам

за период с 01.10.2017 до 31.12.2017

Построить | Настройка | Закрыть

Аптечная сеть: ... | Сегмент: ... | Согласование: Все

Ответственный: ... | Категория: ... | Статус AC: ...

Бренд: ... | Тип планирования: ... | Тип продукта: ...

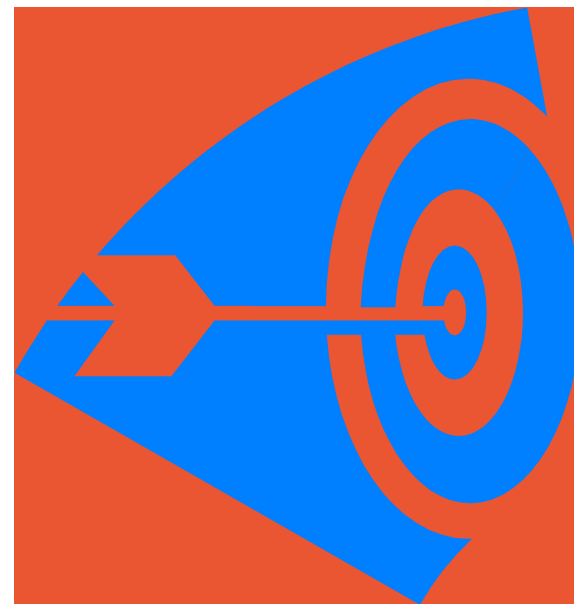
Аптечная сеть	Ответственный	Контрагент	Основная территория	Категория	Сегмент	Дискаунтер	Бренд	
Аптека-таймер	Ахметов Андрей Валерьевич	ООО "Годовалов"	Урал	VIP	Среднеинтегрированная	Частично	movitprep	3 а
Аптека-Таймер	Ахметов Андрей Валерьевич	ООО "Годовалов"	Урал	VIP	Среднеинтегрированная	Частично	Pantoprazole	3 а
Аптека-Таймер	Ахметов Андрей Валерьевич	ООО "Годовалов"	Урал	VIP	Среднеинтегрированная	Частично	Xymelin	3 а
Аптека-Таймер	Ахметов Андрей Валерьевич	ООО "Годовалов"	Урал	VIP	Среднеинтегрированная	Частично	Ceraxon oral	3 а
Аптека-Таймер	Ахметов Андрей Валерьевич	ООО "Годовалов"	Урал	VIP	Среднеинтегрированная	Частично	Xefocam tab	3 а
Аптечный стандарт	Шапошникова Офелия Арменовна	ООО "ACA 2"	Урал	C	Среднеинтегрированная	Частично	Calcium	2 а
Аптечный стандарт	Шапошникова Офелия Арменовна	ООО "ACA 2"	Урал	C	Среднеинтегрированная	Частично	Cardiomagnyl	2 а

1:2 / 990 | Правка | ТМ | Дизайн

10:49 11.12.2017

02 - Продажи по месяцам за период с 01.10.2017 до 31.12.2017 от 11.12.2017 104856.xls.xlsx

Визиты



Оценка визита

Адаптация новых сотрудников

АС. Активности сентября.



Название АС	Бренд	SKU	Тип Активности
Мега Фарм(А-мега)	КальцийД3Никомед	Кальций Д3 Никомед апельсин 50	"Товар дня"
Мелодия Здоровья	Кальций Д3 Никомед	Кальций №100,120	"Товар дня"
Мелодия Здоровья	Ксимелин	Ксимелин- все формы	"Информирование при запросе потребителя"
Опека	Кальций Д3 Никомед	Кальций Д3 Никомед Лимон №120	Звезды
Опека	Ксимелин	Ксимелин Эко с ментолом 0,1% 10 мл.	Звезды
Имплозия	Кальций Д3 Никомед	Кальций д3 Никомед форте №120	УСТМ
Имплозия	Ксимелин	Ксимелин Эко с ментолом 0,1% 10 мл.	УСТМ
Имплозия	Ксимелин	Ксимелин Экстра	УСТМ
Алвик	Ксимелин	Ксимелин Эко взр 0,1% 10 мл.	УСТМ
Аптечный стандарт	Кальций Д3 Никомед	Все формы	Стоп цена
Аптечный стандарт	Ксимелин	Все формы	Стоп цена
Живика	Ксимелин	Все формы	Товар дня
Источник Здоровья	Кальций Д3 Никомед	Все формы	Товар дня
Источник Здоровья	Ксимелин	Все формы	Товар дня
Фармация Свердловской обл	Ксимелин	Все формы	Товар дня
Фармат	Ксимелин	Все формы	Стоп цена

Ural. InMaket Calcium. YTD Aug 2017. Top-3 PhCh.



	Calcium	OffTakeSales FY2017	Прирост YTD Aug 2017	Доля в АС региона
Урал	Живика	9 099 862	42%	24%
	Асна	5 194 984	64%	14%
	Фармленд Урал	3 640 222	-5%	10%
ХМАО	Фармаимпекс	715 672	64%	25%
	Таймер	644 651	-1%	23%
	Ригла	419 224	-38%	15%
обл Тюменская	Фармаимпекс	484 365	54%	18%
	Таймер	476 300	-22%	18%
	Фармленд Урал	482 665	18%	18%
обл Курганская	Имплозия	245 959	11%	49%
	Таймер	110 512	17%	22%
	Асна	67 322	#DIV/0!	13%
Пермь	Опека / Планета здо	2 103 186	-19%	55%
	Таймер	1 160 143	25%	31%
	Фармаимпекс	460 320	46%	12%
Оренбург	Имплозия	1 264 462	-20%	46%
	ОренЛек	551 719	8%	20%
	Асна	514 916	39%	19%
Екатеринбург	Живика	7 348 820	30%	59%
	Асна	1 409 224	50%	11%
	Имплозия	827 745	0%	7%
Челябинск	Асна	2 020 303	32%	32%
	Живика	1 751 042	123%	28%
	Алвик	700 062	-7%	11%
Башкортостан	Фармленд Урал	2 954 067	3%	53%
	Фармаимпекс	850 571	111%	15%
	Асна	642 940	555%	12%

Кальций. В сетях
рост +11% YTD Aug
намного превышает
рост территории.
Основные
драйверы-
Живика(+42%),
АСНА (+64%)

Для уверенного
выполнения
бюджета территории
Кальция
необходимы
работающие на
увеличение продаж
ТМА в АС
Фармленд, Опека,
Имплозия

Ural. InMaket Xymelin. YTD Aug 2017.

Top-3 AC регионов.



Xymelin		OffTakeSales FY2017	Прирост YTD Aug 2017	Доля Хум в AC региона
Урал	Живика	5 498 344	489%	27%
	Фармаимпекс	2 226 732	434%	11%
	Асна	2 011 063	182%	10%
ХМАО	Фармаимпекс	930 853	427%	36%
	Ригла	753 058	63%	29%
	Опека / Планета здор	235 814	153%	9%
Тюмень	Фармаимпекс	407 769	485%	22%
	Фармлэнд Урал	375 008	68%	21%
	Медэкспорт / Фарма	271 108	199%	15%
Курган	Имплозия	75 401	53%	63%
	Асна	20 341	#DIV/0!	17%
	Мелодия здоровья	19 786	287%	17%
Пермь	Опека / Планета здор	1 057 158	56%	79%
	Фармаимпекс	144 069	424%	11%
	Таймер	118 385	687%	9%
Оренбург	Имплозия	343 535	-16%	43%
	ОренЛек	179 875	64%	23%
	Асна	121 501	127%	15%
Екатеринбург	Живика	4 532 233	441%	60%
	Асна	769 425	141%	10%
	Классика	339 299	131%	4%
Челябинск	Живика	966 111	906%	33%
	Асна	719 938	177%	25%
	Классика	409 564	362%	14%
Башкортостан	Фармлэнд Урал	1 299 670	75%	59%
	Фармаимпекс	293 750	429%	13%
	Ригла	200 900	50%	9%

Ксимелин. В сетях рост +162% YTD Aug намного превышает рост территории. Основные драйверы- Живика(+489%), АСНА (+182%), Фармаимпекс (+434%)

Рост Ксимелина необходим в АС Фармлэнд, Опека, Имплозия, Таймер. Приоритетными д.б ТМА направленные на приоритетную рекомендацию, либо приоритетную выкладку