

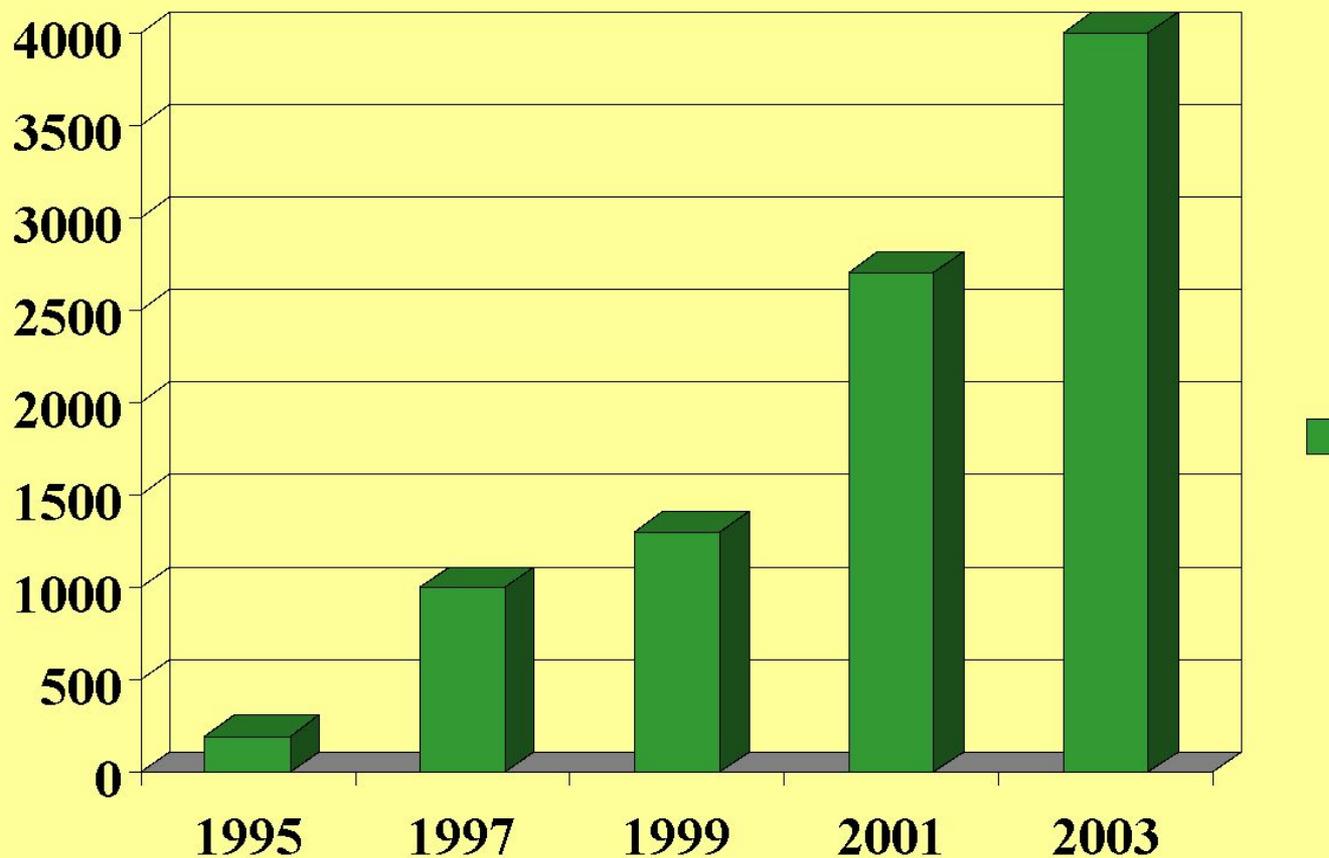
ВСЕ ГРАНИ СОТРУДНИЧЕСТВА МЕДИЦИНСКОГО ПРЕДСТАВИТЕЛЯ И АПТЕКИ



ОСНОВНЫЕ ТЕЗИСЫ:

- **Краткий ретроспективный обзор развития службы медицинских и торговых представителей в России**
- **Особенности работы представителей при продвижении различных групп лекарственных средств: госпитальные препараты, ОТС-препараты, БАД**
- **Реальные возможности медицинских представителей в обеспечении роста продаж лекарственных препаратов**

ТЕНДЕНЦИЯ РОСТА ЧИСЛЕННОСТИ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ



КОММУНИКАЦИЯ ЗВЕНЬЕВ ДОСТАВКИ ЛЕКАРСТВ



РАБОТА С ГОСПИТАЛЬНЫМИ ПРЕПАРАТАМИ

ЛЕЧЕБНОЕ ЗВЕНО

- Работа с врачами*
- Работа с опинион-лидерами*
- Работа с администрацией*

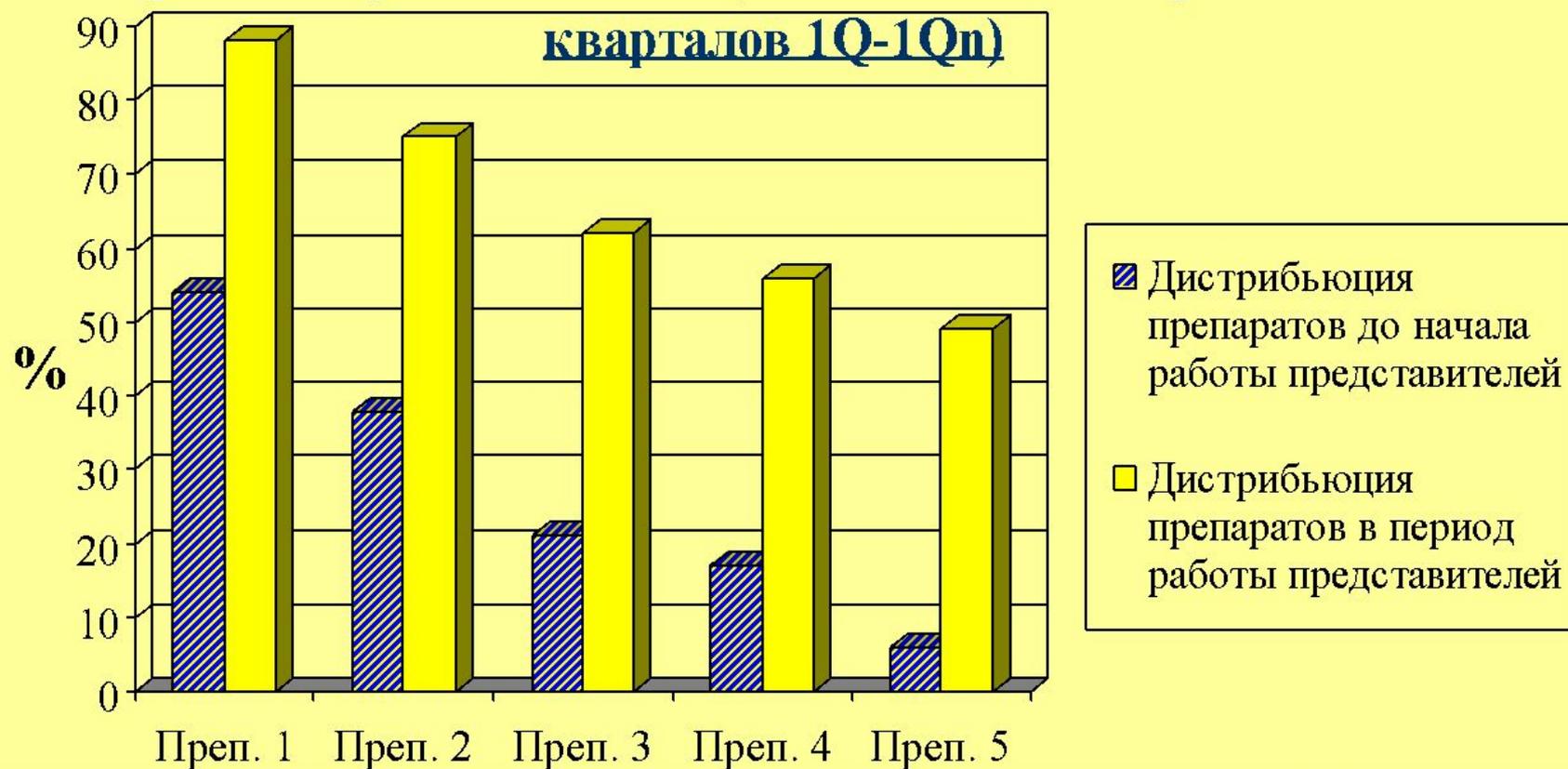
РАБОТА С ПРЕПАРАТАМИ

АПТЕЧНОЕ ЗВЕНО

- Обеспечение дистрибьюции препарата*
- Фарм. учёба с аптечными работниками*
- Обеспечение наличия POS-материалов и качественной выкладки препарата*

РОСТ ДИСТРИБЬЮЦИИ

Рост дистрибьюции различных брендов в период работы представителей (соответственное сравнение



РЕАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ПРЕДСТАВИТЕЛЯ

- Качество выкладки и наличие рекламного материала обеспечивает существенный рост продаж лишь в случае, если пациенту уже знаком продвигаемый бренд**
- Ориентация аптечных работников на то, что спрашивает посетитель аптеки**
- Общая усталость персонала аптек от обилия различных учёб и акций, проводимых разными компаниями-производителями**

ЗАДАЧИ ПРЕДСТАВИТЕЛЯ

В СЛУЧАЕ ДЛИТЕЛЬНОГО ПРИСУТСТВИЯ ПРЕПАРАТА НА РЫНКЕ

- Поддержание высокого уровня дистрибьюции
- Поддержание известности компании и бренда
- Организационная работа в регионе