



Доверие как основа аптечных продаж



Ярослав Шульга

Удивительно, но где бы и в какой должности ни трудился кто-либо из представителей рода человеческого, так или иначе этот индивидуум обязательно будет связан с продажами. Профессия и специфика деятельности могут быть крайне далеки от товарно-денежных операций, но с продажами и именно в роли того, кто продает, придется соприкоснуться каждому.

Собеседование и трудоустройство на любую должность и в любую организацию является ничем иным, как представлением в выгодном свете своих знаний и навыков в обмен на гарантии работодателя в виде заработной платы и прочих компенсаций. Знания и навыки в обмен на денежную компенсацию - что-то до боли знакомое, верно? В большей или в меньшей степени, но с продажами в роли «продающего» сталкиваются абсолютно все.

Но в чем особенность именно аптечных продаж? Чем аптечные продажи отличаются от продаж, к примеру, продуктов питания или одежды? В чем в данном случае заключается принципиальная разница?

Отличия аптечных продаж от любых других можно перечислять достаточно долго, но

если попытаться выстроить все дифференцирование с помощью одного и единственного определения, то, на мой взгляд, им будет являться «доверие». В продажах аптечной продукции доверие играет ключевую роль, как, пожалуй, больше нигде.

Кстати, обратите внимание на коммуникативную составляющую крупных международных производителей фармацевтической продукции. На что в обязательном порядке делается акцент в рекламных роликах и рекламных буклетах? На что конкретно производители фармпродукции стремятся обратить внимание конечного потребителя? Ответ очевиден: на социальную ответственность своего бизнеса, на их заботу и изыскания в области здоровья человека; на их стремление повысить качество и продолжительность жизни! По сути, лучшие маркетологи, трудящиеся в штате этих крупных и уважаемых игроков фармацевтического рынка, в своих коммуникативных посланиях делают ставку на выстраивание и формирование доверительных отношений с конечным потребителем.

Итак, что же такое есть «доверие»? Имеется множество формулировок и толкований, но в текущем контексте наиболее оптимальным будет следующее определение: **доверие – это психологическое состояние, при котором субъект добровольно, осознанно и без колебаний ставит свое личное благополучие в зависимость от внешнего фактора, которому данный субъект доверяет.** Разумеется, указанный фактор может обрести и человеческий облик.

И здесь целесообразно обратиться свой взор на то, как точно данное определение коррелирует с некоторыми особенностями аптечных продаж. Этим особенностям достаточно много, но крайне показательна в свете доверительных отношений следующая пара:

- Клиенты аптечных учреждений достаточно часто не имеют ни малейшего представления о том, что именно им нужно. Выбор лекарственного средства нередко полностью делегируется сотруднику первого стола.

- Приобретение лекарственных средств является значительно большей ответственностью, чем покупка в магазине банки консервов или пары обуви. Особенно если речь идет о приобретении лекарственных средств, предназначенных для ребенка.

И покупатели в подобных условиях очень хорошо понимают, что их незнание представляет собой широчайшее поле для манипуляций и злоупотреблений, и во многом их благополучие, комфорт и даже здоровье зависят непосредственно от сотрудников первого стола.

Важно и то, что доверие, как было отмечено выше, – это психологическое состояние. Состояние, которое не берется из ниоткуда, но формируется исключительно под воздействием множества факторов и порой весьма неоднозначных. Интересным фактом является и то, что доверие проще утратить, чем сформировать, а уж тем более восстановить.

В профессиональной литературе имеет место масса достойных публикаций о том, как вызывать доверие, как его удерживать и развивать. Дельных советов действительно достаточно: начиная от внешнего вида и заканчивая манерой речи. Но если быть кратким, то самое главное – это все-таки искренность и желание помочь человеку. Поверьте, это самый короткий путь к доверительным отношениям. А доверительные отношения – это постоянные и лояльные клиенты. Не забывайте, что такие – это как раз и есть выручка аптечного учреждения, его прибыль, успех, развитие и даже гарантия легкого прохождения

любого «кризиса». К счастью, времена «впарить любой ценой, а там хоть потоп» остались в прошлом и на смену им приходят такие очевидные ценности, как ориентация на клиента, достойный уровень сервиса, развернутая и грамотная фармацевтическая консультация.

Сегодня настоящее конкурентное преимущество – это не месторасположение аптеки, не коммерческая политика и даже не цены! Скопировать все перечисленное – исключительно техническая и рутинная задача. Можно скопировать вывеску, оформление, ассортимент, ценовую политику... Более того, воспроизвести точь-в-точь все перечисленное достаточно просто. Еще вчера в каком-либо аптечном учреждении были самые привлекательные цены, а сегодня ушлые конкуренты предложили уже свои цены – ровно на 1 копейку ниже. И вот действительно железобетонное конкурентное преимущество испарилось, как утренний туман.

Однако есть то, что воспроизвести достаточно сложно, по крайней мере, достигнуть которого достаточно трудно и долго – это отношения, доверие между конкретными сотрудниками первого стола и лояльными покупателями (так называемое клиентское ядро). Лучшее конкурентное преимущество сегодня – это, как ни странно, коммуникативная составляющая, ориентация на клиента и высокий уровень сервиса. И доверие. Доверие как основа!

Ярослав Шульга, бизнес-тренер, консультант



REANIMATOR®

СОДЕРЖИТ 15 АКТИВНЫХ КОМПОНЕНТОВ

С ОХЛАЖДАЮЩИМ ЭФФЕКТОМ

CRYOGEL

FIRST AID

ПЕРВАЯ ПОМОЩЬ ПРИ:

- ⊙ синяках, припухлостях, ушибах;
- ⊙ кожном зуде, а также после депиляции, бритья, в постпилингвый период;
- ⊙ способствует заживлению кожи при укусах насекомых, легких ожогах (от солнечных лучей);
- ⊙ гнойничковых заболеваниях кожи;
- ⊙ для снятия усталости ног;

А также после процедур:

- ⊙ инъекционные методики (биоревитализация, контурная пластика, мезотерапия);
- ⊙ малоинвазивные процедуры (мезонити, нитевой лифтинг);
- ⊙ лазерная косметология (удаление пигментных пятен, сосудистых образований, морщин, удаление татуажа, депиляция и постпилингвый период и т.д.);

Модельное изображение