



## О ВЕДУЩЕМ

Ярослав Шульга - бизнес-тренер и консультант со специализацией на развитии персонала аптечной розницы. Автор многочисленных публикаций в профессиональных отраслевых печатных изданиях. Независимый эксперт ряда крупнейших средств массовой информации по проблемам аптечного сектора. Руководитель консалтинговой компании «Shulga Consulting Group».

# ПРЕЗЕНТАЦИЯ АПТЕЧНОЙ ПРОДУКЦИИ РАЗЛИЧНЫМ ТИПАМ КЛИЕНТОВ

# ОТКРЫВАЮЩИЙ СЛАЙД

Итак, что же такое «презентация фармацевтической продукции»? Что такое «типы клиентов»? По каким причинам все указанное здесь и сейчас мы интегрируем в единое смысловое пространство?

По каким причинам шаблонные подходы теряют в своей эффективности? И вместе с тем, возможно ли унифицировать активность за первым столом, совместив при этом и учет интересов аптеки, и интересы покупателя?

## ВАЖНО!

*Разговоры о повышении качества обслуживания, о повышении уровня сервиса, о необходимости индивидуального подхода, возможно, банальны и чрезмерно часты...*

*Тем не менее, причины подобных дискуссий весьма серьезны...*



# ПАРА СЛОВ О ПРЕЗЕНТАЦИИ

1. Ожидания покупателей
2. Особенности «аптечной» презентации
3. Презентация как ступень «процесса»



**И все-таки имеются ли универсальные подходы в представлении фармацевтической продукции? И может ли «универсальность» быть врагом «индивидуальности»?**

# ПРО «ТИПИРОВАНИЕ»



➤ ВЗГЛЯД СКВОЗЬ  
ВРЕМЯ И СО  
СТОРОНЫ

➤ ПРЯМЫЕ И  
ОБРАТНЫЕ  
ПОДХОДЫ

➤ ЛУЧШИЕ И ХУДШИЕ ИНСТРУМЕНТЫ,  
РЕШЕНИЯ И АЛГОРИТМЫ

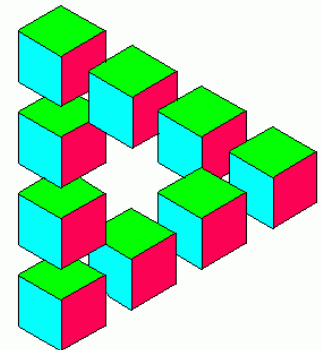
# ГЕНДЕРНЫЕ РАЗЛИЧИЯ

- Миф или реальность?
- Есть ли смысл ориентироваться на таковые?
- Существуют ли достоверные и репрезентативные исследования?
- И если «ДА», то как?



# ТИП КЛИЕНТА – «СЛОЖНЫЙ»

1. Что подразумевается под формулировкой «СЛОЖНЫЙ» и почему таковые клиенты выделены отдельно?
2. Что привлекает таковых клиентов в Вашу аптеку?
3. Оправданы ли какие-то универсальные подходы?
4. Кто виноват и что делать?



# КАК ПРИМЕНЯТЬ «ВО БЛАГО»

1. ...

2. ...

3. ...



**А ИМЕННО: КАКИМ ОБРАЗОМ СОБЛЮДАТЬ  
ВЗАИМНЫЕ ИНТЕРЕСЫ?**

# ВРЕМЯ ВОПРОСОВ



# СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



+7 (916) 104 00 40



yaroslav@shulga.org

*И еще раз поблагодарим тех, кто  
предоставил эту замечательную  
возможность нам всем сегодня встретиться!*