Warszawa, 6 listopada 2018 roku

**Recepta na skuteczną sprzedaż w farmacji**

**Choć rynek farmaceutyczny jest jednym z najbardziej restrykcyjnych w Polsce, to z roku na rok wzrasta jego wartość od ok. 3 do 6 proc., w efekcie czego w ubiegłym roku osiągnął już niemal 33 mld złotych[[1]](#footnote-1). We wrześniu 2018 roku rynek apteczny odnotował sprzedaż na poziomie ponad 2,8 mln zł, co oznacza 4 proc. wzrost r/r.[[2]](#footnote-2) Czy istnieje rozwiązanie, które pomoże budować wartość tego rynku w kolejnych miesiącach i latach? Złotym środkiem są programy wsparcia sprzedaży, które budują relacje biznesowe, motywują i edukują partnerów.**

W przeciwieństwie do innych gałęzi handlu – ze względu na bezpieczeństwo pacjentów – rynek farmaceutyczny jest ściśle regulowany pod względem działań promocyjnych i reklamy. Prawo farmaceutyczne zakazuje reklamy leków, w tym kierowania do lekarzy reklamy produktu leczniczego polegającej na wręczaniu, oferowaniu, obiecywaniu korzyści materialnych, prezentów, nagród czy wycieczek. Zabronione jest również reklamowanie aptek oraz punktów aptecznych. Jak w tej sytuacji wspierać sprzedaż, by wypracować zysk i utrzymać tempo wzrostu tego sektora gospodarki? Odpowiedź wydaje się prosta – wdrażając program wsparcia sprzedaży! Szczególnie że ponad 81% zapytanych respondentów z branży farmaceutycznej, będących uczestnikami V Forum Liderów Farmacji (wrzesień 2018) organizowanego przez firmę Business Point, przyznało, że firma, w której pracują, korzysta z takich rozwiązań.

*Programy motywacyjne i lojalnościowe dla partnerów biznesowych pozwalają poprawić ogólne wyniki sprzedażowe lub zapewniają lepsze pozycjonowanie wybranych, priorytetowych produktów. Dobrze przemyślane zadania efektywnie motywują uczestników do częstszych zamówień, pomagają lepiej eksponować produkty czy ułatwiają wprowadzenie nowości asortymentowych. Wszystko po to, aby*

*w efekcie osiągnąć zakładane cele sprzedażowe, do których kluczem pozostaje lojalność i motywacja partnerów i konsumentów –* powiedziała **Ewelina Kazimierczak, Product Manager Sodexo Benefits and Rewards Services Polska.**

**Wirtualne rozwiązania biznesowe**

W działalność firm z branży farmaceutycznej wpisana jest swoista ostrożność w związku z oferowanymi produktami oraz ich bezpośrednim przełożeniem na zdrowie i życie ludzi. Dlatego organizacja programów wsparcia sprzedaży to wieloetapowy proces, wymagający nie tylko znajomości ograniczeń prawnych, ale także ekspertyzy w zakresie doboru najefektywniejszego modelu rozliczeniowego.

*Firmy z branży farmaceutycznej odchodzą od standardowych rozwiązań w zakresie motywacji*

*i lojalizacji swoich kontrahentów. Stawiają na wykorzystanie nowych technologii, sięgają po wirtualne narzędzia ułatwiające realizację celów związanych ze wzrostem sprzedaży, budowaniem trwałych relacji biznesowych oraz edukacją w zakresie oferty produktowej. Jednym z takich rozwiązań jest platforma on-line. Dlaczego? Bo zapewnia ona swobodę wyboru indywidualnego mechanizmu dopasowanego do potrzeb danej firmy z uwzględnieniem ograniczeń prawnych –* powiedziała **Ewelina Kazimierczak, Product Manager Sodexo Benefits and Rewards Services Polska.**

Wygodną formą nagradzania i budowania motywacji partnerów jest również elektroniczny voucher Click e Pass. Obdarowany otrzymuje drogą mailową spersonalizowany plik PDF z unikalnym kodem, dzięki któremu może wybrać dowolny upominek z szerokiego katalogu nagród on-line. Klienci Sodexo mogą też liczyć na profesjonalne doradztwo w kwestii doboru najefektywniejszego modelu rozliczeniowego oraz atrakcyjnych nagród – rzeczowych, kart przedpłaconych i kuponów.

Programy wsparcia sprzedaży z wykorzystaniem narzędzi Sodexo są z powodzeniem stosowane także w branży farmaceutycznej. Profesjonalizm poparty 20-letnim doświadczeniem to najlepsza recepta na motywację kontrahentów i dobre relacje biznesowe.

**Kontakt**:

Marta Zagożdżon, tel. +48 605 073 929, e-mail: m.zagozdzon@contrust.pl

**Sodexo Benefits and Rewards Services Polska**

Sodexo Benefits and Rewards Services jest liderem polskiego rynku świadczeń pozapłacowych, na którym działa od 20 lat,
a także ekspertem w zakresie programów motywacyjnych oraz zarządzania efektywnością. Doradza w obszarze tworzenia trwałych relacji pracodawcy z pracownikami oraz w zakresie budowania lojalności partnerów biznesowych i klientów. Wieloletnie doświadczenie firmy pokazuje, iż kompleksowe usługi motywacyjne pozytywnie wpływają na wydajność organizacji. Z oferty Sodexo Benefits and Rewards Services w Polsce skorzystało już 43 tysiące klientów i ponad 3,5 miliona użytkowników. Na polskim rynku firma Sodexo otrzymała m.in. tytuł Business Superbrands oraz nagrodę Złota Jakość Roku. W 2016 roku firma Aon Hewitt, światowy lider w doradztwie i rozwiązaniach outsourcingowych w obszarze zarządzania kapitałem ludzkim, po raz kolejny doceniła działania Sodexo Benefits and Rewards Services w Polsce, przyznając firmie certyfikat Aon Hewitt Best Employer™ na poziomie międzynarodowym i krajowym.

**Grupa Sodexo**

Grupa Sodexo, światowy lider w zakresie usług poprawiających Jakość Życia, od chwili założenia firmy przez Pierre’a Bellona w 1966 roku, jest strategicznym partnerem dla firm i instytucji, które kładą nacisk na efektywność, lojalność i dobre samopoczucie pracowników oraz partnerów biznesowych. Z wielką pasją 425 000 pracowników Sodexo w 80 krajach projektuje, zarządza i dostarcza kompleksowe usługi w zakresie obsługi nieruchomości (Sodexo On-site Services) oraz
w zakresie motywacji (Sodexo Benefits and Rewards Services), obsługując każdego dnia 75 milionów konsumentów na całym świecie.

|  |  |
| --- | --- |
| **Sodexo w liczbach**(dane z 31 sierpnia 2017 roku)**Grupa Sodexo na świecie** **20,7 miliardów** euro skonsolidowanego dochodu **427 000** pracowników**19. pozycja** na liście największych pracodawcówna świecie**80** krajów**100 milionów** konsumentów dziennie | **Sodexo On-site Services w Polsce**5 200 000 m2 obsługiwanej powierzchni2 250 obsługiwanych mniejszych jednostek2 200 zatrudnionych pracowników 400 Klientów 250 obsługiwanych nieruchomości70 restauracji**Sodexo Benefits and Rewards Services w Polsce**43 000 Klientów3 500 000 użytkowników naszych rozwiązań50 000 współpracujących punktów usługowo-handlowych  |

1. Raport IQVI **„**Rynek farmaceutyczny w 2017 roku**”** [↑](#footnote-ref-1)
2. PEX PharmaSequence raport miesięczny – wrzesień 2018 [↑](#footnote-ref-2)