

Аптечный рынок:
Много локаций, интересных и разных



Директор по развитию аптечной сети «Ригла»
Ю.Н.Лазарева

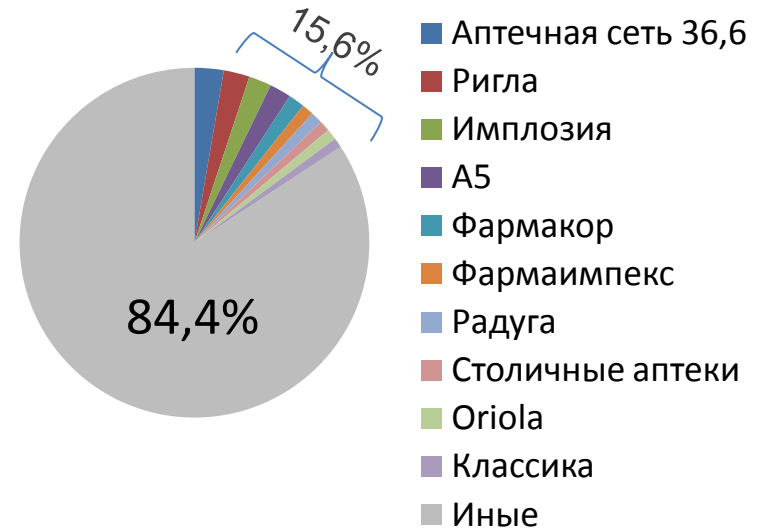
Забег только начинается. Сети на старте

ТОП-10 аптечных сетей по доле коммерческого розничного рынка, %

2012 г.



2011 г.



Принципы долгосрочного лидерства

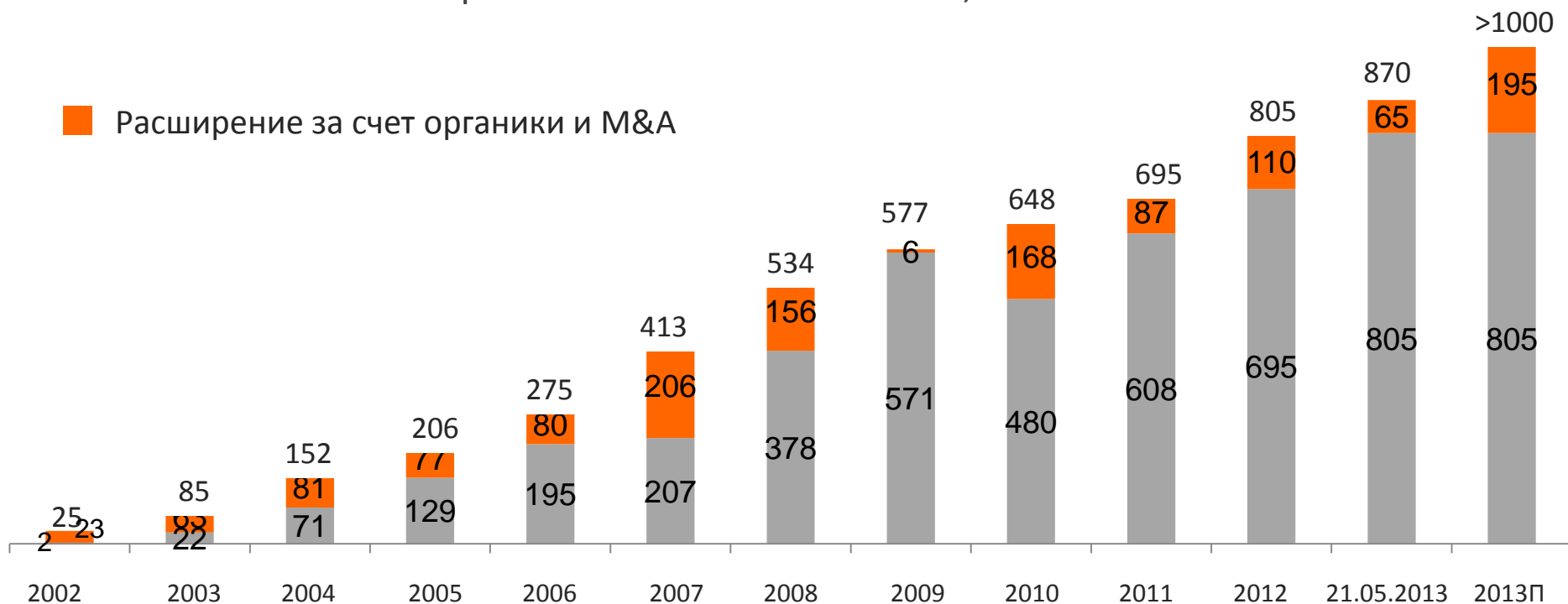
Принципы бега «Риглы»:

- Расширение и региональная экспансия
- Финансовая устойчивость
- Продажа лекарств – основа бизнеса
- Передовые маркетинговые и IT-инструменты

Расширяемся активно и за счет собственных средств

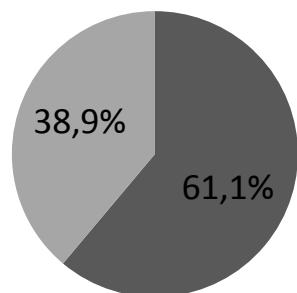
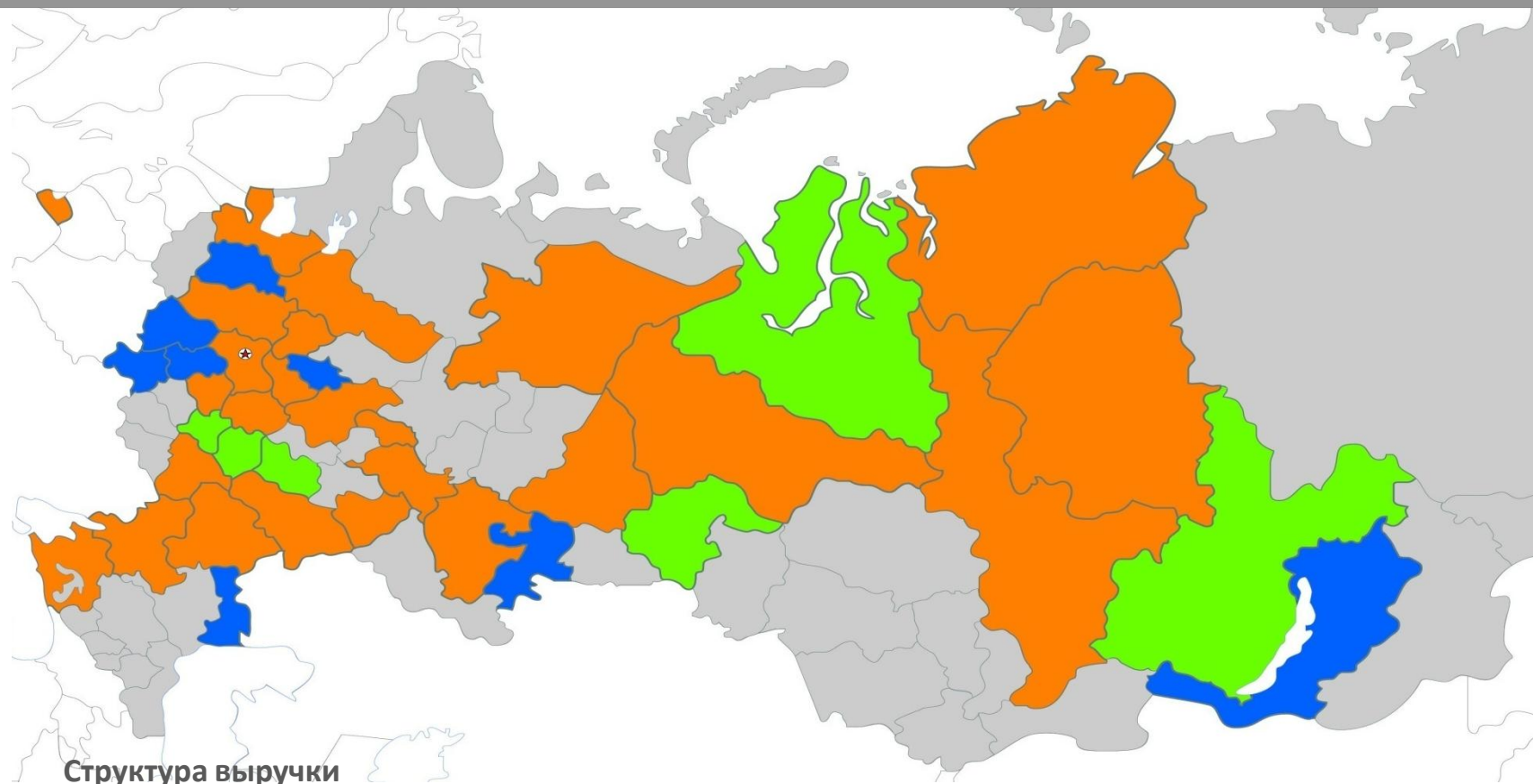
Расширение аптечной сети «Ригла», 2002-2013 гг.

■ Расширение за счет органики и M&A



Источник: данные компании

Расширение географии присутствия сети



■ Доля региональных аптек в выручке

■ Доля московских аптек в выручке

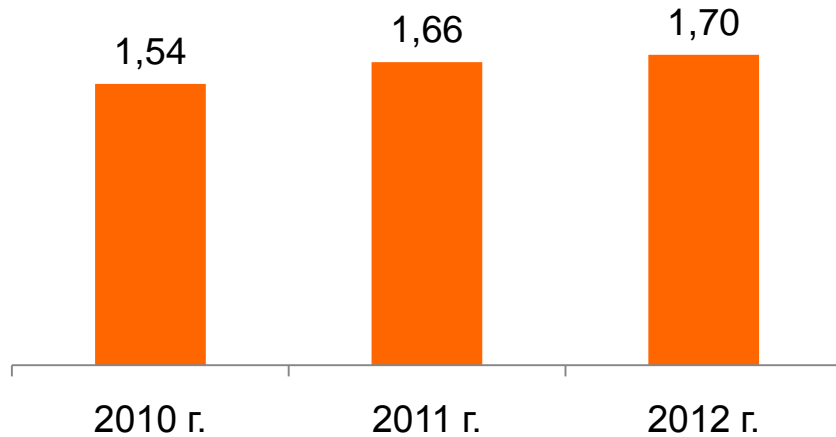
■ Регионы присутствия в 2012 г.

■ Новые регионы в 2013 г.

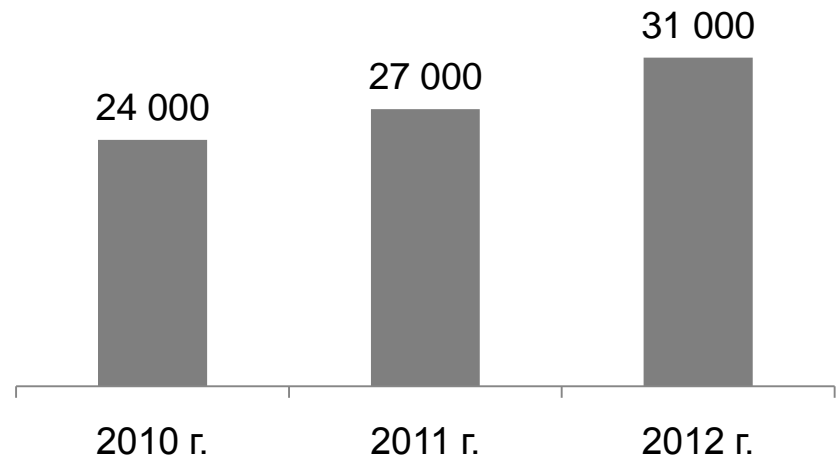
■ Регионы дальнейшего расширения

Эффективность работы

Выручка на 1 аптеку в месяц, млн руб.



Выручка на 1 кв. м. торговой площади в месяц, тыс. руб.



Эффективный формат

№	Критерий	параметры
1	Профиль и сфера деятельности	Розничная торговля фармацевтической продукцией, лечебной косметикой, сопутствующими товарами (медтехника и т.д.)
2	Площадь помещения	площадь от 40 до 80 кв.м. (Comfort), but it depends Соотношение торговой и подсобной S 70/30
3	Поток покупателей у фасада помещения	Спальный район - в главной торговой зоне спального района, в месте совершения покупок (в основном продовольственного ассортимента) большинством жителей района, либо прилегать к потоку пешеходов и автомобилей, хорошо просматриваться и быть в зоне транспортного узла, желательно наличие парковки у здания. Только 1-ая линия домов, либо помещение рядом с ЛПУ -600 чел в час
		- Основные магистрали - в непосредственной близости от остановок общественного транспорта, метро, прилегать к пешеходному потоку, хорошо просматриваться и быть в зоне транспортного узла, желательно наличие парковки у здания. Только 1-ая линия домов – 800чел в час
		Новостройки - в главной торговой зоне спального района, в месте совершения покупок (в основном продовольственного ассортимента) большинством жителей района, хорошо просматриваться и быть в зоне транспортного узла, желательно наличие парковки у здания. Только 1-ая линия домов.
4	Количество населения на 1 аптеку, чел.	3 000
5	Расстояние до ближайшего конкурента	Не менее 100м («наш» объект лучше по трафику; или трафики не пересекаются)
7	Соседи	Продуктовые магазины, дрогери, Детские товары, "Сбербанк«, химчистки.
8	Тип помещения	1 этаж

Форматы открытий

По форматам открытий продолжаем реализовывать **мультиформатный** подход:

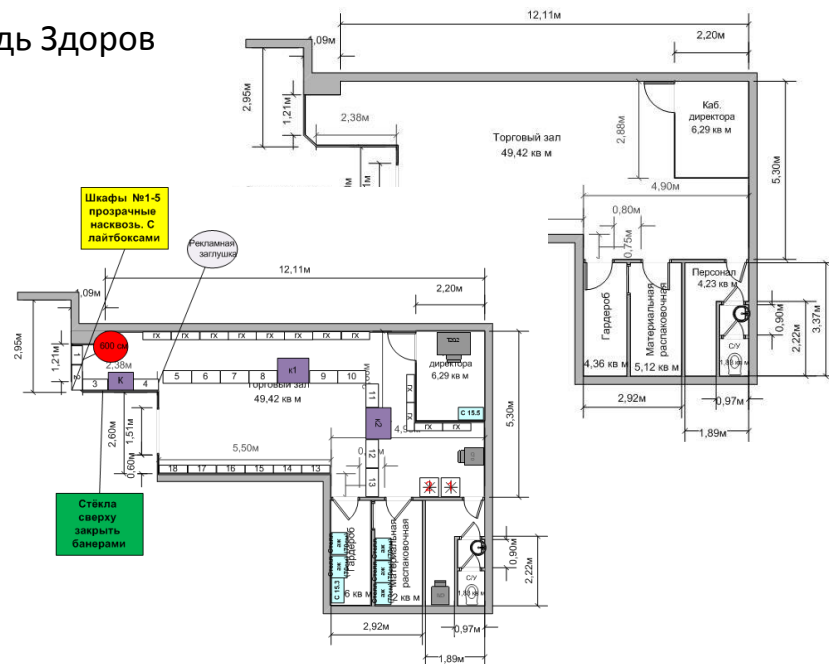
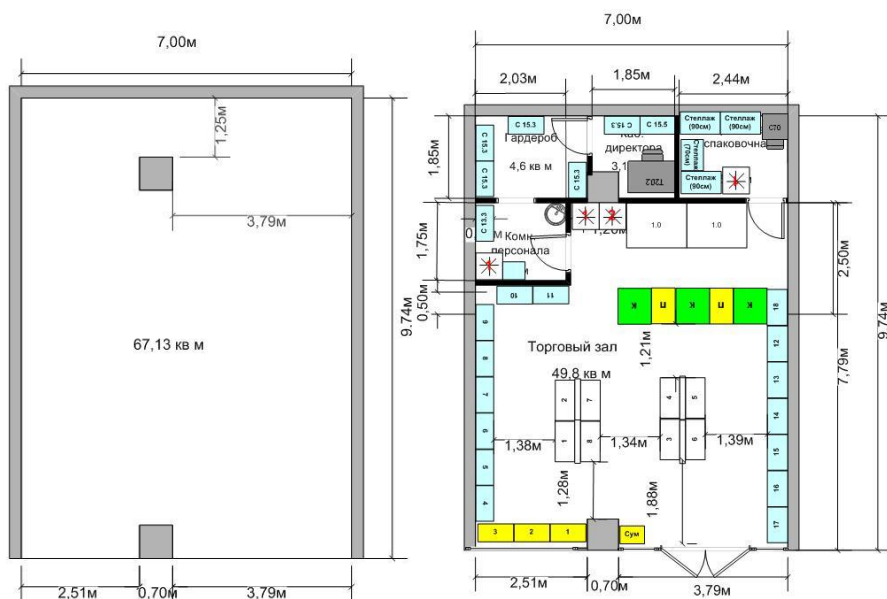
ОФТ Premium (ТЦ/ТК, street retail центр) - РИГЛА

ОФТ Standart (street retail, локальные рынки) - РИГЛА

ЗФТ Premium (ТЦ малого формата/площади, продуктовики premium) – РИГЛА/Будь Здоров

ЗФТ Standart (локальные рынки, объекты малой площади) – Будь Здоров

Киоск (продуктовики с выделением малой площади) – Будь Здоров



Построение карты идеальной сети



РИГЛА

1. Оценка гео-информационных данных

- численность населения
- доход на душу населения
- работающие предприятия с которыми есть возможность организации работы по безналу
- транспортной доступности
- пешеходной доступности
- развитие локации(введение нового жилого фонда, создание новых рабочих мест, приток населения, развитие транспортной составляющей и т.д.)
- наличие ЛПУ
- наличие прочих центров притяжения населения(культурные заведения, социальные центры и т.д.)

2. Оценка конкурентного окружения

- Оценка действующей конкуренции
- ценовая политика
- «запас прочности»
- ассортимент
- оценка места точки зрения трафика
- Оценка возможной экспансии конкурентов

3. Оценка коммерческого окружения

- супермаркеты(ценовая политика, проходимость, ассортимент)
- торговые центры
- наличие предприятий розничной торговли с похожим портретом клиента, обеспечивающие дополнительный трафик в АУ
- Универмаги
- Рынки
- прочие сетевые структуры находящиеся по одном трафике с локацией

Расчет экономики – принятие решения

Основные проверочные уравнения:

- Выбор аптек – аналогов по трафику и окружению → оценочный товарооборот;
- Выручка на 1 кв м по аналогичным локациям и площадям → оценочный товарооборот;
- Оценка товарооборота аптек рассматриваемой локации;
- Соотношение Аренда/Выручка – 8-10% в зависимости от формата (Ригла или Будь здоров)
- Период окупаемости – 3,5 лет (дисконтированный)

Расчет трафика

Параметрами расчета планируемого товарооборота являются:

- Среднемесячное количество клиентов аптеки (K).
- Средняя стоимость покупки (S) – рассчитывается по аптекам аналогам (форматам)

Формула расчета:

$$TO = K * S$$

Источники получения данных:

Среднемесячное количество клиентов аптеки

- 3-4 раза в день, в различное время суток (утро, день, вечер) делается замер трафика.
- Замер производится в течение 10 мин.
- Замеры проводятся, как в будни, так и в выходные дни.
- Для расчета среднедневного трафика (n) (будни, выходные) берется среднее значение по замерам,

n_б – трафик в будние дни

n_в – трафик в выходные дни

- Для расчета среднедневного количества клиентов (k) (будни, выходные) среднедневной трафик умножается на **клиентскую долю** (%_k).

k_б – количество клиентов в будние дни

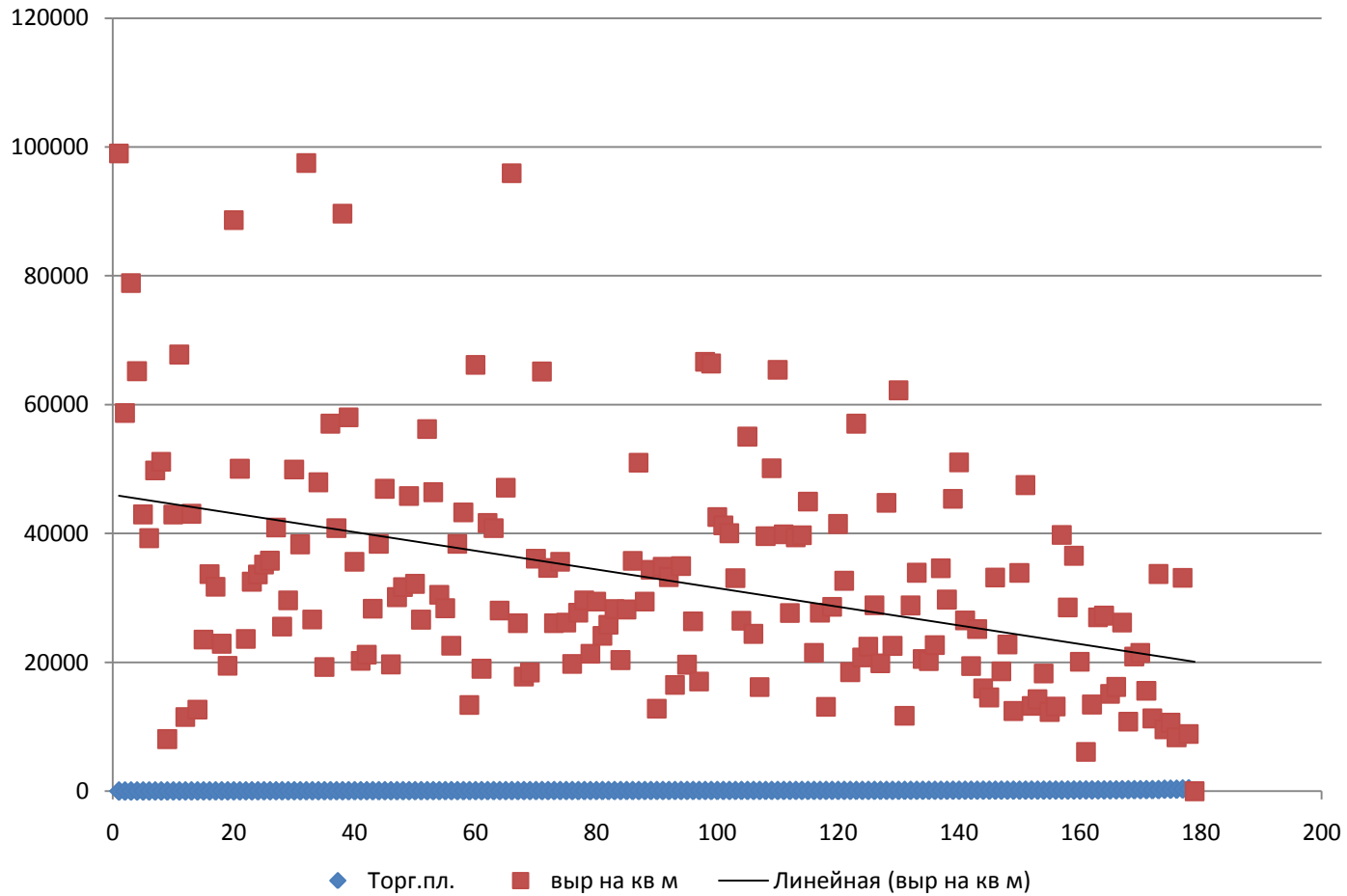
k_в – количество клиентов в выходные дни

$$k_{б} = n_{б} * \%_k$$

$$k_{в} = n_{в} * \%_k$$

Клиентская доля (процент конвертации) принимается равной _____%.

Эффективность площадей (ТЗ)



Вопрос Арендодателей – Какой у вас бюджет ?
Какие ставки «берете»?

Наш ответ

Баланс

•Локация = Арендная ставка

(не все места являются аптечными)

•Трафик = Товарооборот

(по некоторым локациям мы готовы платить арендную ставку выше рыночной.)

Спасибо за внимание

Успешных нам сделок !