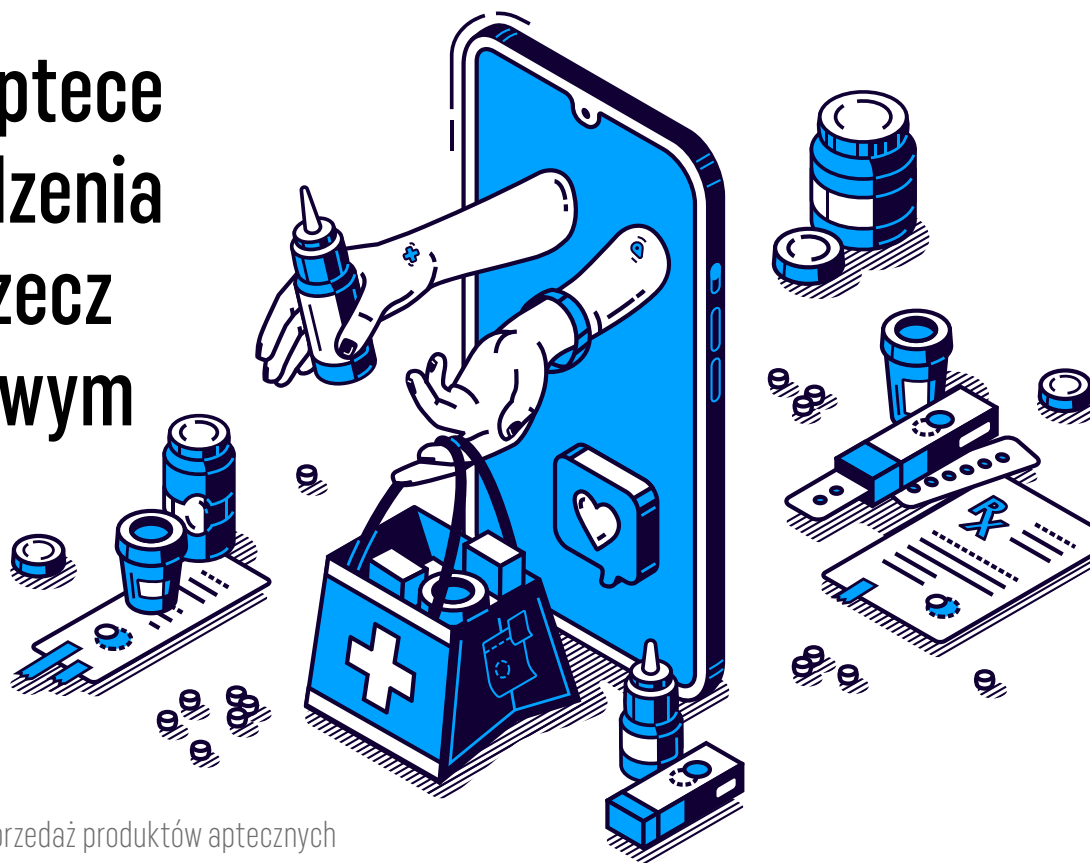


Zakupy w aptece bez wychodzenia z domu – rzecz o internetowym kanale sprzedaży



Zamawianie, rezerwowanie i sprzedaż produktów aptecznych przez internet to żadne nihil novi. A tematów związanych z tym kanałem sprzedaży, ale i promocji jest mnóstwo.

Dr JAROSŁAW FRĄCKOWIAK
Prezes PEX PharmaSequence

Pierwszy temat (smutny): internet jako źródło sfalszowanych produktów farmaceutycznych. To właśnie ten kanał sprzedaży jest głównym problemem i niestety ustawa „falszywkowa” w żaden sposób „objąć” tego typu dystrybucji nie może. Ale to nie tylko fałszowanie leków, to także nabywanie produktów z pominięciem prawa, a także „siedlisko” szarlatanów obiecujących preparaty leczące wszystkie istniejące i wymyślone choroby. Certyfikacja aptek internetowych nadal jest w powijakach, a dla ludzi szukających nadziei czy domniemanej skuteczności certyfikacja, a nawet reguły prawa, często nie mają znaczenia. To problem podobny i „siostrzany” z problemem fake news’ów.

Drugi temat to obostrzenia prawne. W formie wysyłkowej (nie tylko w Polsce) nie można sprzedawać leków przez internet. Ten temat jest pokrewny z tematem „dowozu leków do pacjenta”. Pewnie wszyscy Czytelnicy pamiętają fiasko

przyjęcia regulacji zezwalającej na dowóz leków do osób niepełnosprawnych. Teraz to niemożliwe, ale cyfryzacja naszego życia (oby nie jakaś pandemia!) może „wymusić” uruchomienie on-line kanału sprzedaży dla leków Rx.

Trzeci temat to definicja „internetowego kanału sprzedaży”. Nie tylko kanału sprzedaży, ale przecież też promocji (produkty bez recepty można reklamować, mimo pewnych obostrzeń; nie można reklamować aptek) i rezerwacji leków. Aktualnie, najbardziej znaczące pod względem popularności, są trzy formy sprzedaży/zamawiania produktów aptecznych.

1. Sprzedaż wysyłkowa – apteka, nawet jak jest częścią sieci czy Afiliacji (Afiliacji Poza-Kapitałowych, APK – dawniej sieci wirtualne i grupy zakupowe) musi uzyskać zezwolenie Inspektoratu Farmaceutycznego na prowadzenie takiej sprzedaży. Takich aptek aktywnych jest w Polsce 270 (źródło tej i innych informacji: niepublikowany Raport PEX „Sprzedaż internetowa w aptekach”) jednak realnie (stan na sier-

pień 2020 roku) produkty sprzedaje tylko (aż?) 150 witryn www. Ten segment rośnie bardzo szybko, rekordy sprzedaży (nawet 100 mln obrotu miesięcznie w cenach detalicznych do pacjenta) apteki internetowe zanotowały w trakcie paniki zakupowej związanej z pandemią w marcu i kwietniu 2020 roku.

2. Sprzedaż Click & Collect – w tym modelu pacjent/konsument zamawia leki na receptę lub produkty bez recepty przez internet, a później odbiera swoje zakupy w aptekach stacjonarnych, ale tylko tych, które są związane w taki, czy inny sposób z firmą prowadzącą portal typu Click & Collect. Oczywiście tego typu apteki internetowe prowadzą też zazwyczaj sprzedaż wysyłkową, ergo podlegają tym samym regułom jak te, które działają wyłącznie w modelu opisanym w punkcie 1.

3. Wyszukiwarki dostępności produktów aptecznych – ten kanał internetowy różni się zasadniczo od dwóch pozostałych. I w tym przypadku podam nazwy serwisów (oznajmiam, że nie ma to na celu reklamy jakiegokolwiek – sam opis

może nie wystarczyć Czytelnikom, którzy jeszcze się z tymi serwisami nie zetknęli). KtoMaLek.pl (informacja z dnia 18.11.2020 – współpracuje z 9666 aptekami) i Gdziepolek.pl (brak informacji na stronie tego serwisu o ilości współpracujących aptek, danych z raportu PEX nie zacytuje, bo proces liczenia aptek miał miejsce kilka miesięcy temu, zapewne sytuacja uległa zmianie). Jak to działa? Pacjent/konsument szuka produktów przez serwis www lub aplikację na telefonie komórkowym. Serwis wyszukuje apteki, które posiadają wybrane produkty w okolicy podanego przez pacjenta adresu lub wykrytej lokalizacji wyszukiwanego. Produkty można zarezerwować i odebrać w wybranej aptece/aptekach. Oba serwisy są bardzo popularne, nie tylko w dobie pandemii. Coraz częściej zdarzają się braki – tak było np. w przypadku metforminy i sartańców czy leków przeciwzakrzepowych.

PEX szacuje rynek „internetowego kanału sprzedaży” na 1 mld zł (w cenach detalicznych). To około 2,5% obrotu na rynku (wliczając refundację). A co pacjenci/konsument kupują w aptekach internetowych, można zobaczyć na wykresie.

Największym segmentem w sprzedaży wysyłkowej są kosmetyki (źródło: opisany wyżej raport PEX), kolejne pod względem wartości sprzedaży segmenty to preparaty żywieniowe i witaminy/minerały/toniki (uwaga! Kategoria „nie dotyczy” to produkty z kategorii bardziej szczegółowych i/lub nieskategoryzowane – np. nie występujące w aptekach stacjonarnych). Z rankingu kategorii GRUPEX dość łatwo odgadnąć, kto jest częstym Klientem aptek internetowych. Częściej są to panie, bardzo często młode mamy. To tylko hipotezy, a nie „twarde” dane. Transakcja „wysyłkowa” i „Click & Collect” bardzo się różni. Do wysyłki zamawiamy więcej i płacimy więcej (także po to, by uniknąć wysokich kosztów wysyłki).

Czy warto mieć aptekę internetową? A może dołączyć do jakiejś grupy aptek, która taką aptekę ma? Czy warto zaistnieć w wyszukiwarkach dostępności produktów? Odpowiedź na wszystkie pytania brzmi „tak”. A oto moje uzasadnienie:

1. Własna apteka internetowa – brzmi „groźnie” jeżeli czyta te słowa Właściciel czy Zarządzający jedną apteką czy małą grupą aptek. Ale tak nie jest. Internet to narzędzie do budowania lojalno-

ści klientów. Nie wszystkich, ale np. tych młodszych i mieszkających blisko. Jeśli obawą są koszty i brak umiejętności obsługi platformy sprzedażowej – to warto sprawdzić u dostawców oprogramowania aptecznego i w firmach obsługujących Państwa od strony IT.

2. Dołączenie do grupy aptek – co nie wyklucza realizacji punktu 1 chyba, że firma prowadząca taki portal zabrania prowadzenia własnego. W takim przypadku korzysta się z „siły ekonomii skali”. Warto sprawdzić tego typu opcję.

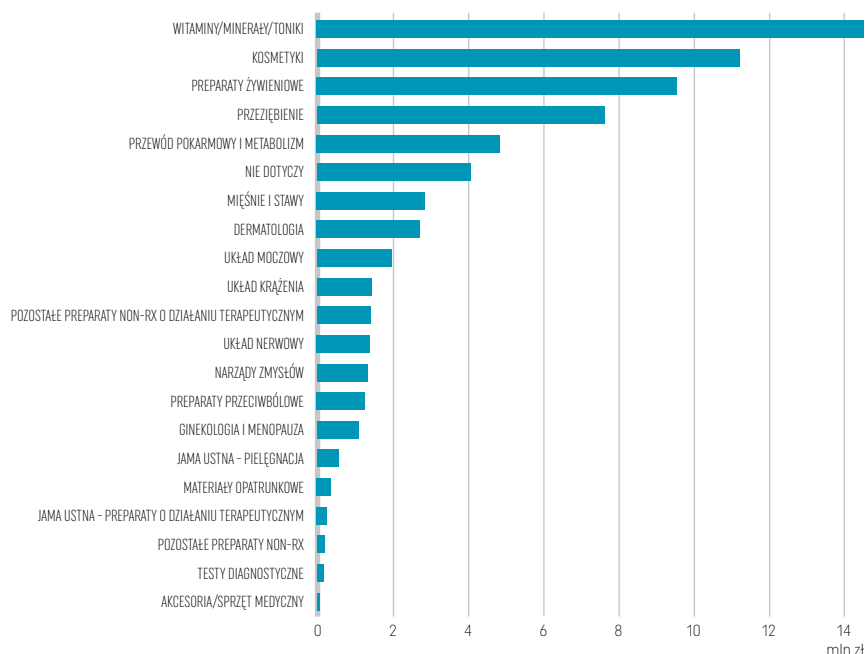
3. Dołączenie do wyszukiwarek dostępności. To bardzo proste. Warto się postawić w roli konsumenta/pacjenta: czy szukając w internecie dostępnego produktu sprawdzisz sklep, który znasz

jeżeli nie ma o nim w wyszukiwarce żadnej informacji w interesującym Ciebie temacie?

Życzę Państwu zdrowia – fizycznego, duchowego, ekonomicznego i cyfrowego. ●

* Dane i informacje wykorzystane w artykule opracowane na podstawie bazy aptek PEX (DOBA) oraz badań PEX PharmaSequence w tym na podstawie analiz z reprezentatywnego panelu PEX PharmaSequence umożliwiającego – aptekom i sieciom, członkom Aptecznego Banku Danych – dostęp do szczegółowych analiz. Raport PEX „Sprzedaż internetowa w aptekach” został sporządzony w sierpniu 2020 roku i nie jest dostępny poza obiegiem komercyjnym. Adres do autora: jaroslaw.frackowiak@pexp.pl

Wartość sprzedaży wysyłkowej w klasach GRUPEX (kategoryzacja PEX produktów bez recepty)



Sprzedaże internetowe – podsumowanie (dane za październik 2020)

| | Liczba SKU w jednej transakcji | Liczba opakowań w jednej transakcji | Średnia wartość paragonu |
|-----------------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|--------------------------|
| Sprzedaż wysyłkowa | 4,05 | 6,88 | 145,48 zł |
| Odbiór w aptece – Click & Collect | 1,77 | 2,26 | 62,35 zł |