

# *Rabatte bis der Arzt kommt?*

Warum die OTC-Industrie umdenken muss.

*Gewinne steigern, Marktanteile ausbauen  
und Kunden binden durch ein  
leistungsgerechtes Konditionenmanagement*

## Der Druck nimmt zu

Ob Filialisierung, Digitalisierung, Online-Handel oder hybrides Käuferverhalten: Der OTC-Markt ist im Umbruch, der Druck auf die Gewinne der Hersteller nimmt kontinuierlich zu.

1%-ige Veränderungen der...

erhöhen den Gewinn um...

fixen Kosten



1,5 %

Absatzmenge



4,6 %

**Nettopreis**



**7,1 %**

### Hebelwirkung Preis

Der stärkste Hebel zur Gewinnabsicherung ist der realisierte Nettopreis. Ein aktives Preis- und Konditionenmanagement gehört daher zu den wichtigsten Aufgaben eines Unternehmens.

Compustat / A.T. Kearney analysis 2014

## Sackgasse Mengenrabatte

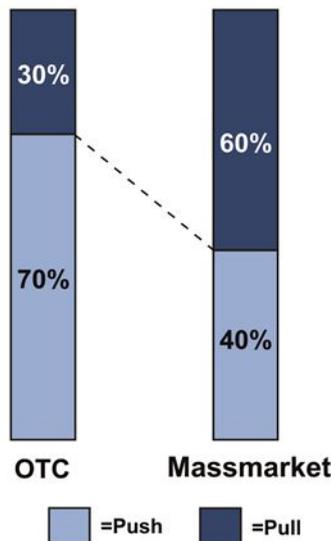
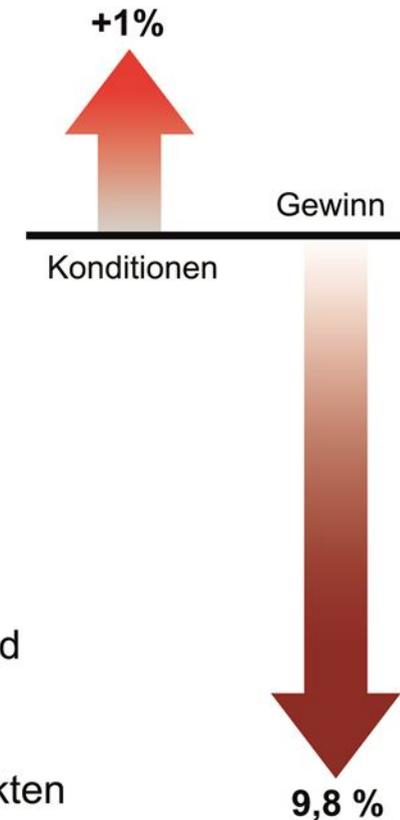
Mengenrabatte sind bisher das zentrale Konditioneninstrument der OTC-Hersteller. Die Leistungen der Apotheken bemessen sich jedoch an mehr Faktoren als nur dem Einkaufsvolumen, u.a.

- Wie stark ist die Apotheke an einer erfolgreichen Kooperation mit dem Hersteller interessiert?
- Wie weit unterstützt die Apotheke gemeinsame Vermarktungsaktivitäten?
- Besteht Interesse an einem gemeinsamen Geschäftsentwicklungsplan?

Diese und weitere Punkte sind für eine erfolgreiche Zusammenarbeit von Hersteller und Apotheke essenziell und müssen bei einer leistungsgerechten Konditionierung berücksichtigt werden.

## Raus aus der Komfortzone

Viele Unternehmen schrecken vor einer rechtzeitigen Neuausrichtung Ihrer Konditionenstruktur an die sich verändernden Marktanforderungen zurück. Sie verbleiben lieber in der gewohnten Komfortzone. Mit fatalen Folgen. Denn in der Pharmabranche reduziert eine Konditionensteigerung um nur 1% den Gewinn um durchschnittlich fast 10%.



## Pull statt Push

Entscheidend für den Erfolg des Unternehmens und des Apothekers ist der Warenabverkauf. Im Gegensatz zur OTC-Branche dominieren daher in wettbewerbsintensiven Verdrängungsmärkten und im Massmarket langfristig wirksame Vermarktungskonditionen gegenüber kurzfristig wirksamen Mengenrabatte.

### *pay for performance*

Die Sicherung von Wachstums- und Kundenbindungszielen im OTC-Markt erfordert überlegene Lösungen im Konditionenmanagement. Mit dem „pay for performance“-Ansatz des IVMP profitieren Sie von unserem umfassenden Knowhow bei der Optimierung von Konditionensystemen im OTC- und Massmarket.

**Das IVMP reduziert dauerhaft Ihre Konditionenbelastung und steigert messbar Ihren Gewinn.**

## *pay for performance*

Erfolgreiches Konditionenmanagement im OTC-Markt

Nutzen auch Sie unsere praxiserprobten Erfolgsmechaniken aus Märkten mit intensivem Verdrängungswettbewerb. Wir zeigen Ihnen, an welchen Stellschrauben Sie drehen müssen, um Ihre Wachstums- und Gewinnziele zu erreichen.

Setzen Sie sich direkt mit uns in Verbindung und vereinbaren Sie einen unverbindlichen Gesprächstermin

Weitere Informationen unter: [www.ivmp.net/pay4performance](http://www.ivmp.net/pay4performance)



**Ihr Garant für Spitzenleistungen im Pharmavertrieb**

IVMP.net | Institut für Vertrieb und Marketing im Pharmamarkt | Neuhofstraße 9, 64625 Bensheim | [info@ivmp.net](mailto:info@ivmp.net) | [www.ivmp.net](http://www.ivmp.net)

[www.ivmp.net/pay4performance](http://www.ivmp.net/pay4performance)