



www.366.ru

История бренда «36,6» начинается с 1998 г. Именно тогда у руководителей ЗАО «Время», в состав которого входили всего три московских муниципальных аптеки, родилась идея создать коммерческую аптечную сеть, альтернативную государственной. Разработали торговую марку и вскоре зарегистрировали компанию «Аптеки 36,6». К 2007 г. бренд «36,6» объединял уже 1 тыс. аптек, расположенных во всех крупных городах России. В компании к этому времени работали более 9,5 тыс. человек. ЦМИ «Фармэксперт» в 2006 г. признал «Аптеки 36,6» первой национальной сетью России – как абсолютного лидера рынка по числу входящих в нее учреждений, так и по объемам продаж, а журнал Global Finance назвал «Аптеки 36,6» лучшей компанией потребительского сектора в России.

Ценности бренда

По данным Gallup Media, торговая марка «36,6» – одна из самых узнаваемых среди всех компаний розничной торговли Москвы на протяжении последних пяти лет. Доверие покупателей к бренду формируется за счет уникального предложения и уверенности в том, что продукт под этой торговой маркой – всегда высшего качества.

Еще один из ключевых факторов постоянного развития компании и долгосрочного конкурентного преимущества торговой марки «36,6» – это эффективная бизнес-модель. Компания «Аптеки 36,6» первой среди аптечных сетей предложила открытый формат торговли по принципу супермаркета, где потребители сами могут выбрать нужный им товар. Время посетителей экономят разделение торгового пространства на зоны со специальным оформлением и навигацией, а также приветливый и компетентный персонал, у которого можно получить исчерпывающую информацию о способах применения продукции, ее лекарственных формах, сроке годности и производителе. А настроение создает продуманный дизайн интерьера. Строгий контроль качества продукции, прямые контракты с крупнейшими фармацевтическими производителями позволяют уберечь покупателей от подделок. Предлагая широкий ассортимент более чем в 30 категориях товаров для здоровья и красоты, создатели бренда заботятся о том, чтобы на полках было много новинок и эксклюзивной продукции.

Благодаря этому аптечная сеть «36,6» устанавливает новые стандарты в отрасли и тем самым вносит вклад в повышение качества жизни россиян и рост благосостояния общества.

Инновации и продвижение

С 2005 г. компания начала выпускать продукцию в рамках проекта Private Label – товары под собственной торговой маркой «36,6». Линейка таких

товаров представлена сразу в нескольких категориях – безрецептурные препараты, косметика, парафармацевтика, гигиена, и этот список постоянно расширяется. Появилась возможность не только предлагать потребителям широкий ассортимент, но и экономить на наценке и услугах дистрибьюторов. Что, в конечном счете, позволило снизить стоимость товаров в рознице и сделать продукцию под собственной торговой маркой еще более привлекательной для покупателей. Практика показала, что товары, производимые под маркой «36,6», – одни из наиболее продаваемых в рамках своих товарных категорий.

В 2007 г. аптечная сеть «36,6» вывела на рынок собственные косметические марки «Natura 36,6», «MedResponse 36,6», линию косметики для новорожденных и младенцев «Добрая Забота 36,6».

Natura 36,6

Это линия средств для ухода за лицом, телом и волосами на основе натуральных, экологически чистых растительных экстрактов – фруктов, зеленого чая, плодов сои, водорослей, голубого льна, лакричника и многих других эффективных натуральных компонентов. Инновация состоит в том, что многие экстракты получены путем надкритического давления, что позволяет сохранить максимальную концентрацию полезных веществ.

Препараты «Natura 36,6» обеспечивают кожу необходимыми полезными веществами, усиливают ее



естественные функции и обладают повышенной гипоаллергенностью. При их создании учитывались не только потребности различных типов кожи, но и возраст потребителей и даже времена года, в которые желательно применять тот или иной препарат. Действенность косметических средств подтверждена клиническими испытаниями.

В линии представлены средства для ухода за лицом и телом, шампуни и кондиционеры для волос, гели для душа, скрабы для тела, мыло.

Еще одно достоинство марки – тонкие ароматы и текстуры препаратов. Natura доказывает, что уход за собой может быть не только полезным, но и приятным!



MedResponse 36,6

MedResponse в переводе с английского – «медицинский ответ». Линия лечебной косметики предназначена для решения специфических проблем кожи лица, тела, волос.

- Линия «чистая кожа» – уход за так называемой «проблемной кожей» – акне легкой и средней степени тяжести.
- Линия «специальный уход» – для ухода за особенно требовательной кожей и решения специфических проблем – сухой кожи рук, потрескавшейся кожи пяток, неприятного запаха ног, повышенного потоотделения.

- Линия «здоровые волосы» – для профилактики и решения специфических проблем волос и кожи головы – перхоти, выпадения и ломкости волос, жирной кожи головы.
 - Линия «чувствительная кожа» – для ухода за сухой, чувствительной кожей лица, склонной к покраснениям и раздражениям, с нарушением гидролипидной мантии.
 - Линия «интимная гигиена» – для ежедневного ухода за чувствительной кожей и улучшения микрофлоры.
 - Линия «стройное тело» – решение проблемы целлюлита, растяжек.
- Все средства линии MedResponse предлагают эффективное решение проблем кожи, оказывая максимально бережное воздействие на нее.

Добрая Забота 36,6

Косметика для новорожденных и младенцев разработана с участием ведущих педиатров и фармацевтов и предназначена для деликатного ухода за нежной детской кожей. В состав косметических продуктов входят натуральные природные компоненты – экстракты лечебных трав и растительные масла. Ромашка, лаванда, рисовое молочко, масло жожоба и авокадо мягко ухаживают за кожей малыша и помогают сохранять ее природный защитный слой.



Средства этой линии обеспечивают профилактику раздражений и покраснений, благодаря гипоаллергенным компонентам минимизируют риск развития аллергических реакций. Все препараты прошли клинические испытания на аллергенность и показали высокие результаты переносимости.

«Добрая Забота 36,6» также идеально подходит для ухода за сухой и чувствительной кожей взрослых и просто как ежедневные средства для всей семьи.

Центр лечебной косметики – Лаборатория красоты

Ежегодно доля продаж косметики через аптеки увеличивается. Чтобы расширить спектр услуг, аптечная сеть «36,6» предложила потребителям проект «Центр лечебной косметики – Лаборатория красоты», созданный совместно с ведущими производителями лечебной косметики.

Это особая зона внутри аптек «36,6». Все центры оформлены в едином стиле.

1991

Создано ЗАО «Время», ставшее «прародителем» аптечной сети «36,6»

1998

Разработана торговая марка «36,6»

2003

Аптечная сеть «36,6» выступила учредителем Российской Ассоциации Аптечных Сетей (РААС)

2004

Аптечная сеть «36,6» стала первой российской розничной фармацевтической компанией, разместившей свои акции на бирже

2007

В историческом центре Нижнего Новгорода открыта тысячная аптека сети «36,6»

Но главное не столько в дизайне интерьеров, сколько в индивидуальном подходе к покупателям. Именно здесь можно проконсультироваться со специалистами, на базе лучших марок лечебной косметики подобрать персональную программу по уходу за кожей.

Визитная карточка аптечной сети – яркий, узнаваемый синий логотип «36,6», слоган «Аптека. Здоровье. Красота», выдержанное в едином стиле оформление витрин. Если же добавить к этому удобное расположение аптек, которые можно встретить на главных улицах Москвы и других российских городов, то станет понятно, почему во время опросов люди говорят, что у них создается впечатление, что аптеки «36,6» «всегда рядом» и их «можно встретить повсюду».

Маркетинговые исследования, которые проводятся по заказу аптечной сети «36,6», выявили, что посетителям аптек важно и то, как оформлен торговый зал, и то, ощущают ли они себя в нем комфортно. Поэтому аптечная сеть «36,6» уделяет большое внимание фирменному стилю. Начиная с вывески и заканчивая пакетом, куда укладывают покупки, – в аптеках «36,6» продумано все – и унифицированная мебель, и дизайн внутреннего пространства, и оформление торгового зала, и тематическая выкладка товара, и фирменная одежда сотрудников.

Экономика и финансы

По данным ЦМИ «Фармэксперт», за 2003–2006 годы количество аптек и аптечных пунктов увеличилось более чем на 11% (в конце этого периода их насчитывалось около 24 тыс.). Ведущая роль в развитии инфраструктуры фармацевтической розницы принадлежит аптечным сетям – сегодня они контролируют более 40% рынка. По прогнозам экспертов, к 2009 г. этот показатель увеличится до 60%.

Стратегия ЗАО «Аптеки 36,6» отражает общие тенденции развития рынка. Компания стремится стать лидером в области розничной торговли товарами для красоты и здоровья и быть предпочтительным источником приобретения лекарственных средств и сопутствующих товаров. Сеть уже охватила крупнейшие мегаполисы России, в планах развития – присутствие во всех городах страны с численностью населения от 250 тыс. человек. Такая стратегия обеспечивает аптечной сети «36,6» осязаемое конкурентное преимущество и, в конечном счете, создает лучшие, чем у других участников фармрынка, условия для закупок товаров, позволяет предлагать потребителям товар по оптимальному соотношению «цена–качество».

Достижения и перспективы

По мнению профессионального сообщества, аптечная сеть «36,6» – признанный

То, чего вы не знали о бренде

Если разделить количество товаров, проданных компанией «Аптеки 36,6» за все время ее существования, на число жителей России, то получится, что каждый из них купил в аптечной сети «36,6» лекарство или другую продукцию как минимум один раз.

Число посетителей аптек сети «36,6» только за период с 2003 по 2007 год сравнялось с численностью населения земли. Другими словами, за пятилетний период каждый житель планеты мог бы по меньшей мере единожды воспользоваться услугами аптеки «36,6».

лидер фармацевтического рынка. Это подтверждается многочисленными престижными наградами, которые получила компания за время своей деятельности.

2000 г. – победитель Первого открытого конкурса профессионалов фармацевтической отрасли «Платиновая унция» в номинации «Аптеки года».

2001 г. – первая премия в конкурсе «Бренд года/EFFIE» в номинации «Розничные сети и магазины».

2002 г. – первая премия в конкурсе «Золотые сети» в номинации «Медицина и фармацевтика».

2004–2007 годы – торговая марка «36,6» признана супербрендом российского потребительского рынка.

2007 г. – по рейтингу «Самых открытых компаний России» авторитетного журнала «Секрет фирмы» компания заняла 1 место в категории «Потребительский сектор».

