

# Татьяна Ларичева: «Я люблю свой новый проект!»

Основанная более 100 лет назад израильская фармацевтическая компания Teva сегодня – мировой лидер среди производителей генерических лекарственных средств. Она входит в число 15 крупнейших международных фармацевтических компаний и держит курс на создание качественных лекарств, доступных пациентам. О генерическом портфеле компании, а также о личном карьерном росте и готовности к переменам мы побеседовали с профессионалом фармотрасли, бизнесвумен, руководителем портфеля зрелых продуктов и рецептурных МНН-генериков Teva и просто очаровательной женщиной **Татьяной Ларичевой**.

**– Татьяна, нам хочется познакомиться с Вами поближе. Расскажите, пожалуйста, как Вы начали свой карьерный путь в фармбизнесе?**

– В медицину я пришла в 1986 г., когда после окончания института начала работать терапевтом в городской поликлинике. Проработав практикующим врачом 10 лет, в 1996 г. я перешла на должность медицинского представителя в одной из крупных международных фармкомпаний в городе Красноярске. Мне очень нравилась эта работа, тогда в фармбизнес приходили лучшие люди из медицины и фармацевтики. У нас был прекрасный коллектив, мы дружили семьями, общались с представителями разных компаний, были членами Ассоциации медицинских представителей, которую сами и создали. В то время медицинских представителей было мало, и врачи на визитах принимали меня очень хорошо, ведь мы были коллегами, говорили на одном языке. А вот провизоры и фармацевты в аптеках сначала относились ко мне довольно настороженно, воспринимая лишь как коммерческого торгового представителя. Однако позже это удалось преодолеть: я очень любила общаться с фармацевтами, мне нравился аптечный запах, сверкающая белизна и чистота витрин, красивые упаковки лекарств... Я ценила сотрудников аптек за то, что они с готовностью и энтузиазмом консультировали покупателей и одновременно виртуозно владели навыками продаж. Часто люди приходили к фармацевту уже после визита к врачу за дополнительной консультацией, желая получить больше информации о заболевании, и я понимала, что посетители аптек доверяли фармацевту уж точно не меньше, а то и больше, чем врачу. Тогда и фармацевты, и медицинские представители несли практические знания о медикаментах, помогая нам, врачам, разобраться в огромном многообразии лекарственных средств.

**– Расскажите, как дальше развивалась Ваша карьера? Ведь можно смело сказать, что Вы – селфмейд-вумен, которая прошла путь от медицинского представителя до руководителя продаж и маркетинга одной из крупнейших фармацевтических компаний мира!**

– Я с большой радостью работала фарм-представителем. Когда переехала в Москву, продолжала тесно общаться и поддерживать теплые дружеские отношения с фармацевтами, провизорами и заведующими тех аптек, в которые часто приходила на визиты. Они до сих пор обращаются ко мне за помощью или какой-либо полезной информацией, и я с радостью им помогаю. Следующим этапом была должность регионального менеджера – тогда я научилась работать в команде. По своей сути медицинский представитель – это «волк-одиночка», который самостоятельно строит свой график, несет ответственность за вверенные ему территории. А региональный менеджер решает поставленные задачи вместе со своей командой, при этом руководя людьми, которые привыкли работать независимо от других.



Татьяна Ларичева

Затем все стало развиваться достаточно быстро – из региона меня пригласили в столицу руководить отделом продаж одной из уважаемых восточно-европейских компаний. Переезд в Москву был довольно болезненным, но я сумела преодолеть все трудности, оказавшись в «своей» среде. Позже я перешла на должность менеджера по эффективности маркетинга и продаж. Это было совершенно новое направление для компании, никто не знал, что и как организовывать, чтобы просчитать эффективность работы и инвестиций в этих двух самых главных отделах в любой компании. Тогда мы начали оптимизировать те ресурсы, которые использовала компания для достижения своих целей, предлагая сотрудникам, например, использовать в своей ежедневной работе CRM-систему.

**– Зачастую на визитах между фармацевтом и медицинскими представителями возникает недопонимание, когда сотрудник компании предлагает первостольнику заполнить что-то в планшете или выбрать тему, которая более всего интересна. Расскажите, пожалуйста, что представляет собой CRM-программа, установленная на электронных устройствах, почему она полезна в работе как фармацевта, так и медпредставителя?**

– Customer Relationship Management (CRM) – система управления взаимоотношениями с клиентами (в нашем случае это работники здравоохранения –

фармацевты, провизоры, врачи). Для того чтобы представители компании приходили в аптеку или лечебное учреждение с адекватной частотой, чтобы они давали специалистам именно ту информацию, которая им интересна, и для эффективной обратной связи нужны CRM-системы – специальные компьютерные программы, позволяющие планировать задачи и контролировать их выполнение, вести учет аптек, хранить о них некоторую информацию (например, форму выкладки, объем аптеки, ее проходимость, приблизительный оборот и пр.), автоматизировать некоторые действия, планировать рабочий день так, чтобы прийти на визит в удобное для каждого фармацевта время (а не в час пик, к примеру). Это позволяет медицинскому представителю, не навязываясь, сделать визит индивидуальным, не похожим на все остальные, учитывать потребность в информации конкретного сотрудника аптеки. Некоторые компании, показывая информацию на планшете, просят первостольника ответить на вопросы о проведенном визите – эти инновационные подходы позволяют сделать подачу важной для специалиста информации более интересной и персонализированной.

**– Татьяна, Вы несколько раз смогли кардинально изменить свой путь. Что бы Вы могли посоветовать выпускникам фармфакультетов, только начинающим карьеру, а также тем сотруд-**

**никам аптек, кто настороженно относится к изменениям в своей работе?**

– Признаюсь, я так же, как и все, немного боюсь перемен. Но для меня каждый этап моей карьеры был связан не только с большим стрессом, но и с новыми открытиями. Сейчас фармацевтический рынок активно меняется, одни компании сливаются с другими, и кому-то такое положение может показаться неустойчивым. Это, естественно, пугает. Однако внутри меня есть готовность принимать происходящие перемены. Задумайтесь: любая перемена – это, с одной стороны, проблема, которая выводит вас из зоны комфорта, а с другой стороны – возможность реализовать себя, пойти навстречу мечте. Я верю в то, что если одна дверь закрывается, то другая обязательно откроется. Например, 1,5 года назад в компании Teva сформировался новый продуктовый портфель, новая идея, новая платформа для продвижения – это линейка МНН-генериков Teva. Мне предложили курировать рецептурную часть этого проекта, и я сразу же согласилась, увидев в этом возможность открыть для себя что-то новое. Например, получить бесценный опыт построения брендов в рамках сотрудничества с Procter&Gamble. Эта компания, как известно, имеет с Teva совместное предприятие, управляющее безрецептурным бизнесом.

**– Компания Teva доказала, что генерики могут быть такими же эффективными, как оригинальные лекарственные средства, при этом они гораздо доступнее для населения: благодаря им больше пациентов могут получить необходимое лечение. Сегодня этот факт признали все: в апреле 2016 г. в рамках церемонии награждения победителей конкурса «Платиновая унция» линейка МНН-генериков Teva была названа лучшей в номинации «Генерический препарат года»! От редакции газеты «Первостольник» поздравляем компанию с заслуженной победой! Расскажите, пожалуйста, что такое МНН-генерики компании под единым зонтичным брендом Teva и чем они отличаются от обычных?**

– Большое спасибо! Вы правы, основная ценность, идея компании – сделать необходимые лекарства более доступными для людей с разными финансовыми возможностями. На сегодняшний день компания Teva – мировой лидер по производству генерических препаратов. Конечно, она также разрабатывает сложные высокотехнологичные препараты для лечения, например, неврологических заболеваний, связанных с расстройством движения, но основное направление компании – это генерики. Мы первые, кто стал продвигать зонтичный бренд компании, представляя на рынке единую линейку препаратов под общим названием МНН-Тева и в едином дизайне. Компания со всей ответственностью подписывается под качеством каждого продукта и готова назвать его своим именем. У нас есть как безрецептурные препараты, которые входят в домашнюю аптечку семьи, так и рецептурные препараты практически из всех терапевтических областей медицины. Я горжусь этой идеей и этим проектом. Мне очень импонируют слова Стива Джобса, основателя империи Apple: «Есть только один способ сделать большую и трудную работу – полюбить ее». Я очень люблю свой новый проект и готова к переменам.