

Juni 09

Visite beim Außendienst

Bleiben im Außendienst 25 bis 50 Prozent der Arbeitszeit auf der Strecke, gibt es nur ein Rezept: eine Software zur Optimierung der Besuchstouren. Denn damit lassen sich die Fahrzeit-Anteile im Mittel um 10 Prozent reduzieren – bei gleicher Besuchsleistung. Aber: Jeder Außendienst ist anders und das muss bei der Wahl der passenden Lösung bedacht werden. Deshalb kommt vor der Wahl der richtigen Software die Diagnose.

Wie viel Zeit der Außendienst auf der Straße verbringt, hängt maßgeblich von Faktoren wie Mannschaftsstärke und der Größe der Gebiete ab. Selbst wenn die Standorte ideal liegen und die Gebiete so geplant sind, dass sich viele Kunden in kurzer Zeit erreichen lassen.

Die Planung der Besuche muss viele Voraussetzungen und Einschränkungen berücksichtigen: Alle Mitarbeiter sollen die gleichen Chancen haben, in etwa ähnliche Fahrzeit-Anteile und die gleiche Zeit, um sich den Kunden zu widmen. Hier ergeben sich bereits Symptome, an denen die manuelle Planung oft krankt: Die Strecken und damit die Fahrzeit minimieren und die Mitarbeiter gleichmäßig auslasten – das ist, je nach Standort, nicht so einfach umzusetzen. Zudem müssen die Wünsche der Kunden beachtet werden (Zeitöffnungsfenster und Restriktionen). Man will vermeiden, dass die Aufmerksamkeit der Vertriebler sich auf die A-Kunden beschränkt. Und neue Potenziale wollen auch erschlossen werden. In Summe muss ein versierter Planer die konkurrierenden Ziele kennen und unter einen Hut bringen.

Verschiedene Außendienste – unterschiedliche Anforderungen

Vor der Planung muss man sich über die eigenen Ziele klar werden. Die sehen bei klassischen Markenartiklern, die mit bis zu Hunderten von Mitarbeitern den Lebensmitteleinzelhandel besuchen, anders aus als bei Merchandisern. Bei Außendienstlern, die den spezialisierten Fachhandel betreuen (Apotheken, Gastronomie, Kliniken, Großverbraucher), wieder anders als bei Mitarbeitern, die direkt aus dem Auto ihre Produkte verkaufen (Van Selling).

Manche Außendienstmitarbeiter erhalten einen Besuchstourenplan von ihrer Zentrale. Andere benötigen zusätzlich Unterstützung unterwegs. Etwa ein Servicetechniker, der vom Callcenter zu einem Kunden geschickt wird, bei dem gerade der Aufzug stecken geblieben ist.

International operierende Unternehmen müssen zudem die länderspezifischen Unterschiede in die Planung einfließen lassen. Das reicht von den Arbeitszeiten und -bedingungen bis zu den unterschiedlichen geografischen Gegebenheiten und Gepflogenheiten.

Ist eine zentralisierte Vorplanung gewünscht, also eine strategische/taktische Planung? Oder liegt das Augenmerk auf der täglichen/operativen Feinplanung durch die Außendienstmitarbeiter selbst? Soll die Software zentral Besuchstouren vorgeben, die der Mitarbeiter dann nur noch abzufahren braucht? Oder ist eine dezentrale Planung gewünscht, bei welcher der Mitarbeiter mit einfachen Mitteln selbst seine Besuche plant und die in das CRM-System integriert ist?

Am besten eignet sich ein skalierbares System, das sowohl den komplexen Anforderungen einer zentralen Planung genügt, als auch so einfach wie möglich vom Außendienstmitarbeiter selbst bedient werden kann. Bei international agierenden Unternehmen empfiehlt sich dabei ein gesamtintegriertes IT-System (z. B. CRM), das für jeden Mitarbeiter in jedem Land die passende Tour berechnet, weil alle Informationen dazu in einem System zusammenfließen.

Mehr Zeit für die Kunden

Moderne Unternehmen setzen auf Software mit digitalen Karten für die Standort- und Gebietsplanung. Eine solche Software sichert den Überblick über Zielgruppen, Märkte, Gebiete und Außendienststrukturen. Mit den eingespeisten Informationen spart der Planer nicht nur Zeit, er kann auch die bestehende Situation analysieren und neue Szenarien simulieren. Ist die Software in die IT-Landschaft des Unternehmens integriert, profitieren gleich mehrere Bereiche von den Ergebnissen: Das Marketing, das Controlling, die Buchhaltung und selbstverständlich der Außendienst.

Diese Vorteile vervielfältigen sich mit dem Einsatz einer Software zur Optimierung der Besuche. Gefüttert mit den relevanten Daten berücksichtigt sie Kundenadressen, Öffnungszeiten, Besuchsrhythmen, Restriktionen oder A-B-C-Priorisierung, aber auch mitarbeiterspezifische Arbeitszeiten und Gebietsgrenzen, Fixtermine oder bundeslandbezogene Feiertage. Sie berechnet automatisch auslastungsoptimierte Tagestouren und beachtet alle eingestellten Restriktionen. Auch bei größeren Teams. Der Außendienstmitarbeiter kann sich ganz auf seine Termine und seine Kunden konzentrieren.

Eine Software wie PTV Map&Market/Premium unterstützt den Vertrieb bei der strategischen und taktischen Tourenplanung. Die Software ermittelt die ideale Besuchswoche und den günstigsten Tag mit der Reihenfolge für jeden Termin. Auf Wunsch plant sie Tages- oder Übernachtungstouren. Sie lohnt sich ab 15 Außendienstmitarbeitern und mindestens vier Besuchen pro Tag erfahrungsgemäß bereits innerhalb von 18 Monaten.

Risiken und Nebenwirkungen?

Wichtig beim Umstieg auf eine Planungssoftware ist die Einbeziehung der Mitarbeiter. Jemand, der seit Jahren einen guten Job macht, will sich nicht plötzlich von der Zentrale vorschreiben lassen, wie er seine Besuche abzufahren hat. Bei einer dezentralen Lösung will er sich nicht tagelang in die Software einarbeiten müssen, sondern einfach und schnell das neue Hilfsmittel bedienen können.

Wer seine Mitarbeiter von Anfang an einbindet und in einer Pilotphase seine Mannschaft die Auswirkungen der neuen Software testen lässt, bekommt nicht nur wertvolles Feedback. Die Außendienstler fühlen sich in ihren Bedürfnissen ernst genommen und profitieren schon zu Beginn von der optimierten Planung.

Die Vorteile:

- ▷ Planungssicherheit und Transparenz
- ▷ Reduzierte Fahrzeit und damit mehr Zeit für Kundenbetreuung und Akquise
- ▷ Mehr Fairness bei gleichmäßiger Auslastung
- ▷ Höhere Servicequalität durch verbesserte Termintreue und realistische Tourenpläne
- ▷ Zusatznutzen anderer Abteilungen

Queisser Pharma und PTV Map&Market/Premium

Das Kundenspektrum der Queisser Pharma GmbH & Co. KG reicht von der Landapotheke bis zur Drogerie- und Handelskette. In Axel Kaempfes Büro in der Flensburger Firmenzentrale pumpt das Herz des Außendienstes. Rund 35 Mitarbeiter besuchen für die Traditionsfirma mit ihrem riesigen Sortiment an Gesundheitsprodukten bundesweit ein heterogenes Kundenspektrum. Mit der Planungssoftware PTV Map&Market/Premium hat der Hersteller bekannter Markenartikel wie „Doppelherz“ einen starken Partner.

„Apotheken müssen regelmäßig besucht werden, die großen Handelsketten dagegen haben enge Durchgangszeiten, begrenzt auf wenige Wochen im Jahr“, umschreibt Kaempfe eine der Herausforderungen für die Besuchstourenplanung. Dank der PTV-Software sei die Planung heute transparenter, schneller und viel effizienter: „Die Kundenkontakte haben sich deutlich erhöht – bei gleicher Teamstärke.“

Vor allem kann Axel Kaempfe bei der Besuchstourenplanung mit der Software heute mit wenigen Mausklicks tagesaktuell auf Marktveränderungen reagieren: Just geschlossene Apotheken werden flexibel durch Neueröffnungen ersetzt. Das System ermögliche zudem eine für die Außendienstmitarbeiter gerechtere Gebietsaufteilung nach Faktoren wie Umsatz, dem Zeitaufwand für Kunden und den nicht unerheblichen Fahrtkosten. Kaempfe: „Dieses Programm ermöglicht eine optimale Auslastung unserer Gebietsvertreter, steigert die Zufriedenheit der Mitarbeiter und damit das Vertrauen

der Kunden“.

Berechnet nach der optimalen Besuchsroute, nach Uhrzeiten und mit exakten Kundendaten erhalten die Außendienstmitarbeiter einen strukturierten Besuchsplan. Technisch möglich ist zudem die Übermittlung der Daten auf Handhelds, die vor Ort beim Kunden auch zur Warenbestellung genutzt werden können. Diese innovative Technologie hat PTV in Kooperation mit der Gesellschaft für mobile Lösungen entwickelt. Für Kaempfe ist dies das Optimum in der Organisation: „Die Software hat uns riesige Fortschritte ermöglicht.“

Bildmaterial



Maximale Flexibilität in der Außendienststeuerung für Queisser Pharma

Weitere Informationen finden Sie unter:

- ▶ <http://www.ptv.de/software/geomanagement-aussendienst/>
- ▶ <http://www.ptv.de/software/geomanagement-aussendienst/produkte/ptv-mapmarketpremium/>