

Apollinaris & Schweppes: Professionelle Vertriebsplanung

Grenzenlos prickelndes Nass

In über 60 Ländern zischt das „natürliche Mineralwasser“ aus der Flasche mit dem bekannten roten Dreieck: Apollinaris. Als führender deutscher Mineralwasserexporteur steht die Vertriebsgebiets- und Außendienstplanung dabei vor besonderen Herausforderungen. Über 320 Millionen Liter werden Jahr für Jahr vertrieben: Eine Aufgabe für PTV Map&Market.

Anwender: **Apollinaris & Schweppes GmbH**, führender deutscher Mineralwasserexporteur.

Aufgabe: Jährlicher Vertrieb von über 320 Millionen Liter Mineralwasser, Heilwasser und Bittergetränke; Außendienstplanung bei einem Objektstamm von 80.000 Adressen.

Lösung: PTV Map&Market, das professionelle Desktop Mapping System zur Vertriebs- und Außendienstplanung und -steuerung.

Planung mit 20.000 Kunden

Heute sind bei Apollinaris zirka 80 Außendienstmitarbeiter aus Gastronomie und Handel mit dem Vertrieb beschäftigt. Dabei umfasst das Sortiment längst nicht mehr nur das natürliche Mineralwasser, sondern auch Heilwasser und Bittergetränke. Nicole Möllerfeld aus dem Bereich Vertriebsplanung und -information und verantwortlich für indirekte Absatz- und Stammdaten weiß, was das bedeutet: „Alleine für Deutschland haben wir einen Objektstamm von 80.000 Adressen potenzieller Kunden. Zirka 20.000 Kunden müssen bei der Planung der Vertriebsgebiete berücksichtigt werden.“

Unsere besondere Anforderung war, den Außendienst für den Handel nach Nielsen-Gebieten neu zu planen, neue Besuchsrhythmen aufzunehmen und die verschiedenen Gebiete auch einzeln darzustellen.“, erklärt Nicole Möllerfeld. Zunächst wies das Programm für die fünf Regional-Vertriebsleiter je ein Gebiet aus. Innerhalb eines dieser Bereiche wurden die einzelnen Gebiete je Gebietsleiter auch im Hinblick auf den zukünftigen Standort eines neuen Mitarbeiters eingerichtet. Schließlich flossen die Besuchsrhythmen, die zuvor vom Außendienst gepflegt wurden, in die Planung ein und Abfragen nach Kundengruppen waren möglich.

„Besonders überzeugend war der wirklich einfache

Datenimport.“, lobt Nicole Möllerfeld. „Außerdem können wir nun den Außendienstmitarbeitern sozusagen abgespeckte Planungsversionen an die Hand geben. Über den PDFWriter lassen sich einzelne Karten problemlos erzeugen und ausdrucken.“



Ausbaufähiges System

Für die Entscheidung zu dem Vertriebs- und Marketingtool sprach neben der Funktionsvielfalt und dem guten Preis-Leistungsverhältnis auch die mögliche Erweiterung mit Tourenplanungssoftware. „Beeindruckend kurz war zudem die Einführungsphase. In vier Monaten hatten wir alle Kundendaten eingepflegt und geocodiert und das System lauffähig gemacht.“, erläutert Nicole Möllerfeld. Das Programm überzeugte selbst die Skeptiker an der Front.

Auch in anderen Geschäftsbereichen ist der Einsatz angedacht. Die automatische Generierung von Vertriebsdaten bildet eine wichtige Grundlage für Marketing, Controlling und Logistik.

Das Programm rechnet sich!

„Wir sind mit PTV Map&Market vollauf zufrieden“, lautet das Fazit von Nicole Möllerfeld. „Die Einsparungen allein durch den wesentlich geringeren Zeitaufwand für die Planung sind enorm. Die Detailgenauigkeit im Straßennetz ist sehr hoch, und interessant ist die mögliche Erweiterung mit Funktionen zur Routenplanung. Und dabei“, ergänzt sie „kann die Software leicht durch eine Einzelperson bedient werden.“