

**PTV Map&Market/Premium optimiert strategisch den weltweiten Vertrieb**

Die weltweite strategische Planung des Außendienstes ist eine riesige Herausforderung, der sich BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH gestellt hat. Mit Hilfe der PTV Map&Market/Premium hat BSH seinen internationalen Vertrieb einheitlich strukturiert und damit die Effizienz des weltweiten Außendienstgeschäfts erhöht.

Anwender: **BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH**, Hauptsitz in München, gehört zu den weltweit führenden Unternehmen der Hausgerätebranche.

Aufgabe: Weltweite strategische Gebietsplanung.

Lösung: PTV Map&Market/Premium, die professionellen Software zur Gebietsplanung

Die Zentrale von BSH in München unterstützt ihre internationalen Vertriebe weltweit. Die Außendienstmitarbeiter arbeiten unter sehr verschiedenen Bedingungen. Ein Beispiel aus Schweden: 32 Außendienstmitarbeiter decken ein Gebiet von über 300 000 Quadratkilometern ab. Mitarbeiter A besucht viele Kunden auf dem Land und verbringt die meiste Zeit im Auto. Mitarbeiter B deckt ein dichter besiedeltes Gebiet ab. Er fährt deutlich weniger, verbringt dafür aber mehr Zeit beim Kunden. Durch die von PTV ermittelte Optimierung der Verkaufsgebiete ist der „workload“ nun transparenter. Die Fahrzeiten sind angeglichen und die Besuchszeit hat sich erhöht.

**Strukturierte Daten – Strategische Planung**

Ziel der strategischen Tourenplanung ist der unterschiedlich rhythmisch wiederkehrende Besuch – je nach Priorität – bei allen Besuchskunden. Zunächst wurden mit Hilfe der PTV Map&Market/Premium die Datenbestände der einzelnen Landesvertretungen strukturiert erfasst. Ermittelt wurden optimale Anzahl und Lage der Mitarbeiter sowie die Zuordnung zu deren Kunden und den Besuchstouren. Die Planung vereinbart konkurrierende Ziele: Wie viele Mitarbeiter braucht man, um alle Kunden zu versorgen? Wo sitzen die Mitarbeiter und wie werden sie ideal zugeordnet? Welche gewachsenen Zuordnungen sollen weiterhin gepflegt werden? Die Arbeitszeiten der Außendienstmitarbeiter und die Öffnungszeiten der Kunden sind z. B. in den einzelnen Ländern unter-

schiedlich geregelt.

„Wir erarbeiten mit der Software nur einen Vorschlag zur strategischen Optimierung des jeweiligen Außendienstgeschäfts, der dann mit dem Vertriebsleiter, den Verkaufsleitern und deren Verkaufsteams im Feintuning durchgegangen wird, bis die optimale Lösung steht“, so Oliver Konwer von der Zentrale der BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH.

**Zentrale Schaltstelle**

Rund um den Globus kommen so Daten zusammen, die PTV Map&Market/Premium erfasst, zueinander in Beziehung setzt und grafisch in Karten darstellt. Die Software berücksichtigt unterschiedliche Parameter wie Besuchsrhythmen und -zeiten, Mitarbeiter-Arbeitszeiten, tourbezogene Fahrzeitanteile, Erreichbarkeit von Kunden und weitere Restriktionen. Die Integration in die bestehende Systemlandschaft bei BSH verlief problemlos.

Die Vertriebsoptimierung mit der PTV-Software ist innerhalb des umfassenden Außendienststeuerungssystems von BSH inzwischen eine zentrale Schaltstelle. Die Erkenntnisse des zentralen Vertriebs können die Auslandsorganisationen auf Wunsch direkt für ihre Kollegen vor Ort übernehmen. In einem weiteren Schritt bietet BSH weltweit den Niederlassungen die PTV-Software an. Dieser Planungslösung kommen weltweit bei Vertriebsgesellschaften gut an – nicht zuletzt aufgrund der strukturierten Vorgehensweise des Münchner Teams um Dr. Suffel.