

# Flexibilität für die Pharmabranche: Optimale Tourenplanung trotz unterschiedlichster Aufgaben

## Boehringer Ingelheim

» Die PTV hat uns für die Planung der Besuchstouren eine optimale Lösung zur Verfügung gestellt, die die branchenspezifischen Anforderungen voll berücksichtigt.«

Frank Geßner, Leiter Sales Effectiveness & CRM, CHC Gemany, Boehringer Ingelheim Pharma GmbH & Co. KG



### Die Aufgabe

Seit 2004 ist die Preisbindung für nicht verschreibungspflichtige Medikamente aufgehoben - die Preise sind somit frei kalkulierbar. Diese Gesetzesänderung wirkt sich nicht nur auf die rund 21.500 Apotheken in Deutschland aus, sondern auch auf die Pharmaindustrie. Denn im Zuge der Gesetzesänderung hat die Bedeutung der „Over-the-Counter“-Artikel, kurz OTC, erheblich zugenommen.

„Die Patienten werden zunehmend zum kritischen Verbraucher“, beschreibt Frank Geßner, Leiter Sales Effectiveness & CRM für den Bereich Consumer Health Care bei Boehringer Ingelheim die Heraus-

forderung. „Da sie viele Arzneimittel selbst erwerben und bezahlen, setzen sie auf bekannte Mittel oder die Empfehlung ihrer Apotheke.“

Das Ziel lautet deshalb: Mehr Präsenz in den Hochpotenzial-Apotheken vor Ort, um somit die Marktposition auszubauen. Permanente Anpassungen an die Besuchsfrequenzen gehören damit zum Tagesgeschäft der Außendienstmitarbeiter. Dabei sollten sie sich auf die für Boehringer Ingelheim relevanten Apotheken konzentrieren und diese in vorgegebenen Intervallen besuchen. Aus diesem Grund definierte das Team von Frank Geßner zunächst, welche Apotheken mit welchen Besuchs-

frequenzen von den Außendienstmitarbeitern besucht werden sollen und teilte anschließend die Vertriebsgebiete neu auf. Damit war der Rahmen für die Aufgabe einer detaillierten Tourenplanung gegeben.

„Die Tourenplanung ist durch die unterschiedliche Anzahl an Besuchen pro Kunde und Jahr erheblich komplexer als sich viele das vorstellen. Deshalb war es für uns sehr wichtig, unsere Mitarbeiter in diesem Bereich durch eine professionelle Unterstützung zu entlasten“, so Geßner. Betraut wurde mit dieser Aufgabe die PTV AG.



Das Familienunternehmen Boehringer Ingelheim gehört den zu TOP 11 der Pharmabranche in Deutschland. Im Jahr 1885 gegründet, zählt es heute zu den international forschungsintensivsten Unternehmen. In den 142 verbundenen Gesellschaften im In- und Ausland sind insgesamt 41.534 Mitarbeiter beschäftigt.

Die Geschäftsbereiche von Boehringer Ingelheim sind Humanpharma mit den Segmenten verschreibungspflichtige Arzneimittel, Selbstmedikation und Industriekundengeschäft (Biopharmazeutika, Pharmazeutische Produktion und Pharmachemikalien) sowie Tiergesundheit.

### Die Lösung

Grundlage für die Tourenplanung war die neue Zuordnung der Außendienstmitarbeiter zu den ausgewählten Apotheken. Diese sollten in den von Boehringer Ingelheim vorgegebenen Verkaufsdurchgängen besucht werden. Konkret geht es dabei um mehrere Besuchsblöcke pro Jahr, in denen verschiedene Themenschwerpunkte bei den Kunden durchgesprochen werden – allerdings wird nicht jeder Kunde in jedem Durchgang kontaktiert.

Bei der Planung gab es zwei Herausforderungen zu berücksichtigen: Zum einen müssen die Außendienstmitarbeiter ihre Termine mit den Apotheken abstimmen. Zum anderen bekam ein Teil der Außendienstmitarbeiter durch die neue Gebietsstruktur Kunden zugeteilt, deren Vorgaben er nicht kannte – und das alles zusätzlich in einer geographisch idealen Reihenfolge.

Die PTV AG setzte zur Lösung der – bei näherem Hinsehen – komplexen Herausforderung die Software Map&Market ein.

Speziell für die Außendienstplanung entwickelt, können mit ihr Vertriebsgebiete optimal zugeschnitten und strategische und taktische Außendiensttouren geplant werden. Zudem lassen sich die Daten in hochwertigen Karten darstellen und analysieren. Bei der Planung der Touren berücksichtigt Map&Market zielgruppenspezifische Vorgaben und Restriktionen wie unterschiedliche Öffnungszeiten, Besuchsfrequenzen, Fixtermine und vieles mehr. Für mehr Flexibilität und Transparenz bietet die Software die schnelle Simulation verschiedener Planungsszenarien an. Die Planung und Analyse erfolgt auf Basis der tatsächlichen Straßenkilometer, Fahrzeiten und Fahrkosten.

### Das Ergebnis

Boehringer Ingelheim war ein weiteres erfolgreiches Projekt, das die PTV AG für die Pharmabranche realisiert hat. Mit Map&Market wurde dabei eine Software eingesetzt, mit der die Anforderungen

des Pharmaherstellers und die Vorgaben der Apotheken optimal miteinander verbunden werden konnten. „Unsere Mitarbeiter haben dank PTV nun eine Unterstützung an die Hand bekommen, die ganz offensichtlich effizienter ist als die alte manuelle und individuelle Tourenplanung und somit weniger Zeit auf der Straße und mehr Zeit für die Besuche lässt“, freut sich Frank Geßner. „Das Ergebnis hat - nach anfänglichen Zweifeln - am Ende auch die Außendienstmitarbeiter überzeugt, die ihre Touren bislang eher aus dem Bauch heraus geplant haben.“

Da es immer wieder zu Änderungen bei der Tourenplanung kommen kann – beispielsweise durch die Pensionierung von Mitarbeitern, der Erweiterung des Außendienstes oder auch durch die Auswahl weiterer Apotheken – setzt Boehringer Ingelheim auch weiter auf PTV. „Den Service der Tourenplanung werden wir unserer Feldmannschaft auch zukünftig in Zusammenarbeit mit PTV anbieten“, so Frank Geßner