

Auf dem Weg zur optimalen Kundenbetreuung

Lieferantenkonzentration – und der Außendienst denkt mit

Pflegemittel für Haut, Haare und die Mundhygiene, Duftwässer, Kosmetika und OTC/freiverkäufliche Arzneimittel: Das Regal im Drogerieladen ist wieder gut bestückt mit allem, was Mann und Frau brauchen. Doch wie kommen die Artikel auch zum kleinsten Laden um die Ecke? Und wie können sich Drogerie- und Lebensmittelhandel das überhaupt noch leisten? DMV Diedrichs Markenvertrieb hat hier die richtige Antwort gefunden: "Wir konzentrieren – Sie profitieren" – als Vertriebsorganisation zwischen Industrie und Handel mit optimaler Außendienststeuerung.

Anwender: **DMV Diedrichs Markenvertrieb**. Über 900 Artikel von über 120 Lieferanten im Drogerieartikelbereich umfasst das Sortiment der DMV. Bereits seit über 50 Jahren beliefert das Unternehmen als Generalvertreter regelmäßig die Drogerieabteilungen von Großabholmärkten und Verbrauchermärkten.

Aufgabe: Verbesserung der Kundenbetreuung durch optimal strukturierten Außendienst

Lösung: Professionelle Außendienstplanung mit der Geomanagementsoftware PTV Sales&Service, die seit Oktober 2007 **PTV Map&Market/Premium** heißt.

"Nur durch verbesserten Service und Beratung lassen sich noch echte Vorteile im Wettbewerb erzielen.", hat Lars Diedrichs von der Geschäftsleitung schon lange erkannt. "Wir müssen aufgrund der engen Wettbewerbssituation unsere Kräfte bündeln".

Eine klare Aussage. Bei ihrer Verwirklichung spielt die Optimierung des Außendienstes eine wesentliche Rolle: Eine ideale Aufgabe für die professionelle Planungssoftware PTV Sales&Service von PTV.

Kundenbetreuung: effizient + motiviert = optimal

Fünf Maßnahmen bilden bei der Neuorganisation den organisatorischen Rahmen: Die Planungssoftware PTV Sales&Service stellt dabei die Basis dar. Mit ihr können regionale Teams gebildet und die Außendienststeuerung sowie die Verweildauer beim Kunden optimiert werden. Die qualitative Aufwertung der Außendienstmitarbeiter zu Verkaufsberatern rundet die Neuorganisation schließlich ab: Kunden werden nicht nur effizient sondern auch motiviert betreut.



Geschäftsleiter Lars Diedrichs (links) im Gespräch mit Projektleiter Ralf Jour (rechts) und Thorsten Frerck, Projektmanager bei PTV.

Regionale Teams: Beste Ausgangsbasis für effektiven Außendienst

Jour erläutert: "PTV Sales&Service teilt unser Vertriebsgebiet anhand von Besuchsminuten und Fahrzeiten in sieben regionale Teams optimal auf. Gleichzeitig erstellt das Programm ideale Tourenpläne für alle anstehenden Besuchsfahrten und optimiert das Verhältnis von Fahrzeit und Verweildauer beim Kunden. Wir erhalten flexible Wochentourenplanungen und können selbst bei kurzfristigen Veränderungen schnell reagieren."

"Wir entlasten die Mitarbeiter dadurch von administrativen Aufgaben. Der Einsatz mobiler Datenscanner reduziert gleichzeitig die 'unproduktive' Dispositionszeit. Die Anwendung bringt mehr Transparenz bei der Einteilung der Regionen und mehr Fairness für unseren Mitarbeiter."

Besuchsabdeckung um 15 Prozent gestiegen

Seit Anfang 2002 läuft PTV Sales&Service live in den sieben Planregionen. Die Besuchsabdeckung konnte um gut 15 Prozent gesteigert werden. Die Software lässt sich außerdem bequem von zwei Leuten in der Zentrale bedienen.

Diedrichs zieht Bilanz: "Das Außendienstplanungs- und -optimierungsprogramm ist ein wichtiges Mosaiksteinchen im Gesamtkonzept – und ein weiterer Schritt auf dem Weg zur wirklich optimalen Betreuung unserer Kunden."