

Professionelle Außendienststeuerung

Langjähriger Kunde vertraut auf Software der PTV AG

Seit 1980 vertraut die Langnese-Iglo GmbH auf die professionelle Software der PTV. Damals als erster Kunde von PTV Intertour, das bis heute erfolgreich zur Optimierung der Eisverteilung im Einsatz ist. Bei der Optimierung der Außendienstplanung für den Lebensmittelhandel (LH) hat sich das Unternehmen erneut für eine PTV-Lösung entschieden.

„Vor dem Einsatz von PTV Sales&Service hat jeder LH-Außendienstmitarbeiter nach eigenem Ermessen seine Besuche mit den verschiedenen Kontakthäufigkeiten geplant.“, erläutert Olaf Zabel, zuständig für die strategische Planung des Personaleinsatzes, der Arbeitszeit, Arbeitsorganisation und den Einsatz von Außendienstinformations- und CAS-Systemen.

Anwender: **Langnese-Iglo GmbH**, Firmensitz Hamburg, sechs Regional-Center LH, international bekannt durch Eis und Tiefkühlkost, 3.800 Beschäftigte.

Aufgabe: Außendienstgebiete und Besuche optimieren sowie Gebietsanalyse zur Effizienz- und Servicesteigerung.

Lösung: PTV Sales&Service, das professionelle Programm zur Steuerung des Außendienstes, heißt seit Oktober 2007 **PTV Map&Market/Premium**.

PTV Sales&Service berechnet optimale Besuchswochen und Tage. Alle Randbedingungen, wie Vorgaben der Großhändler für Besuchswochen, Arbeitszeiten oder maximale Tourdauer werden dabei berücksichtigt. Die Mitarbeiter erhalten die tagesgenaue Anfahrtsplanung als Rahmentour. Von der Zentrale können sie mit der optimierten Route und einer genauen Wegbeschreibung unterstützt werden, aber sie können selbst die Strecke bestimmen. Die Flexibilität bleibt also erhalten.



Zwei Schritte zum Ziel: Außendienstoptimierung

Der Außendienst besucht die Verkaufsstellen regelmäßig, führt verkaufsfördernde Maßnahmen durch und steht dem LH als kompetenter Ansprechpartner zur Verfügung. Ziel der Optimierung ist, alle Besuche und Kontaktzahlen einzuhalten und einen Rahmen mit Touren und Besuchen vorzugeben, innerhalb dessen Terminverschiebungen berücksichtigt werden können.

PTV Sales&Service ermittelte im ersten Schritt optimale Mitarbeiterstandorte. Dabei wurde die ausgewogene Auslastung der Mitarbeiter, Arbeitszeiten und Auswirkungen von Standortänderungen berücksichtigt. Im zweiten Schritt geben Gebietsanalysen Aufschluss über die optimale Gebietsstrukturierung, wenn z.B. Mitarbeiter ausscheiden oder neue eintreten. Auswirkungen auf bisherige Gebiete, neue Mitarbeiterstandorte und Minimierung von Weg und Aufwand stehen dabei im Vordergrund.

Olaf Zabel resümiert: „Wir sind mit den Ergebnissen mehr als zufrieden. Die erste Testphase lief sehr erfolgreich. Wir konnten mit PTV Sales&Service nicht nur die Außendienstgebiete optimieren, sondern auch durch die strategische Planung Besuchs- und Kontaktzahlen verbessern. Es ist unser Ziel, die Effektivität der Besuche zu erhöhen. Wir wollen weniger Zeit auf der Straße verbringen, sondern mehr Präsenz beim Kunden zeigen. Dies ist uns mit Hilfe der PTV gelungen.“