

Optimale Vertriebsgebiete, reduzierte Mediakosten

PTV Map&Market – „state of the art“

Zum stärksten Telekommunikationsanbieter in den Regionen mit eigenem Netz werden: Das ist das Ziel der Versatel AG. Auf dem Weg dorthin hat der führende Anbieter von Sprach-, Internet- und Datendiensten seinen Vertrieb hocheffizient organisiert, Mediakosten gesenkt und die interne Kommunikation vereinfacht. Unterstützt hat ihn dabei das geografische Planungssystem PTV Map&Market.

Automatisch planen – Zeit und Kosten sparen

„PTV Map&Market hat uns einen Riesenschritt vorgebracht“, berichtet Jonathan Überall, Analytisches CRM bei Versatel und selbst Geograf. „Wir visualisieren damit bestehenden Gebietsstrukturen, planen und optimieren Vertriebsgebiete automatisch und setzen Werbemittel gezielt und streuverlustfrei genau dort ein, wo wir mit unserem eigenen Netz präsent sind und auch Haushalte anschließen können. Das spart wertvolle Zeit und Kosten“.

Anwender: **Versatel AG**, führender Anbieter von Telekommunikationsdiensten (Sprach-, Internet- und Datendienste) für Privat-, Geschäftskunden und für andere Carrier. Eigenes Glasfasernetz. Rund 1.400 Mitarbeiter an 14 Standorten. Börsennotiert seit April 2007.

Aufgabe: Zentrale Planung und effiziente Neuorganisation der Vertriebsgebiete auf PLZ-Basis; Reduzierung der Mediakosten.

Lösung: PTV Map&Market/Planner für die Datenvisualisierung, automatische Standort- und Gebietsplanung sowie Viewer-Tool zur interaktiven Kartendarstellung der Vertriebsgebiete für den Außendienst.

Eigene Layer integrieren

Was die PTV-Lösung für Versatel besonders attraktiv macht, ist die Möglichkeit, spezifische Strukturen der Telekommunikation abzubilden: Vorwahlgebiete und Anschlussbereiche. Dazu wurde eine Softwareschicht mit kundenspezifischen Daten, so genannte Layer, eingebettet, so dass Versatel nicht nur Standarddaten wie Postleitzahlen, Straßen und Hausnummern – welche PTV automatisch geocodiert – darstellen und auswerten kann. Sondern auch die Gebiete mit eigener Infrastruktur, Orts- und Anschlussnetze, Versatel Hauptverteiler und Vertriebsgebiete.

Damit lassen sich Zusammenhänge auf einen Blick erkennen und Vertriebsgebiete neu und effizient einteilen. So konnte Versatel dank PTV Map&Market Umsatzcluster ausgleichen und Gebiete mit eigenem Netz, die nicht durch einen ausreichenden Vertrieb abgedeckt waren, in die Außendienstaktivitäten einbeziehen. Jonathan Überall ist überzeugt von den Ergebnissen: „Die Potenziale der Vertriebsmitarbeiter werden jetzt bestmöglich ausgeschöpft und die Gebiete sind gerechter und kompakter.“

Gezielt werben – Mediakosten reduzieren

Mit PTV Map&Market optimiert das Telekommunikationsunternehmen auch den Werbemittelseinsatz gezielt: Innerhalb von PLZ-Gebieten mit eigenem Netz wirbt Versatel nur in Straßenzügen und -abschnitten, in welchen viele Haushalte am Netz sind. Den Rest schneidet das Unternehmen von Postwurfsendungen und der Plakat-Standortwerbung ab – und vermeidet damit teure Streuverluste.



Unternehmenszentrale der Versatel AG in Düsseldorf

„Die PTV-Software“, resümiert Jonathan Überall, „überzeugt mit Übersichtlichkeit, intuitiver Bedienbarkeit auch für Themen-Neulinge, mit dem möglichen Integrieren eigener Layer, hervorragender Funktionalität und einem top Preis-Leistungsverhältnis. Kurz gesagt: PTV Map&Market ist ‚state of the art‘ – das technisch höchstentwickelte und komfortabelste Geomanagement-System“.