

Technolit Gruppe löst Vertriebsaufgaben mit PTV Map&Market/Premium

Die international tätige Technolit Gruppe mit Hauptsitz bei Fulda ist ein zertifizierter Schweißfachbetrieb und vertreibt Produkte rund um den Handwerker- und Werkstattbedarf. Über 600 Außendienst-Mitarbeiter besuchen jeweils rund 500 Kunden jährlich. Ziel des Unternehmens war es, das Vertriebsgeschäft von einer manuellen auf eine softwaregestützte Besuchsplanung und Berichterstattung umzustellen. Jetzt sorgt die Software PTV Map&Market/Premium für die Außendienstorganisation.

Anwender: **Technolit Gruppe**, zertifizierter Schweißfachbetrieb und Fachhändler für Handwerker- und Werkstattbedarf mit über 550.000 Kunden.

Aufgabe: Vereinfachte Steuerung des komplexen Vertriebsgeschäfts (über 600 Vertriebsmitarbeiter mit rund 500 Kunden pro Mitarbeiter und Jahr).

Lösung: Softwaregestützte Verbindung von Besuchsplanung und Berichterstattung mit PTV Map&Market/Premium.

Herausforderung Vertriebsgeschäft

Pro Tag besucht ein Außendienstmitarbeiter acht bis zwölf Kunden. Hier ist die Planung extrem wichtig. Eine Herausforderung, für die der Mitarbeiter bislang eine Liste mit Adressen bekam.

Michael Schwab-Reimann vom PTV-Vertriebspartner ECOPLAN GmbH hat die Software installiert und die Einführungsphase begleitet: „Jeder Vertriebsmitarbeiter hat ein Einsatzgebiet mit hunderten von Kunden, die oft ganz unterschiedliche Wünsche haben. Viele wollen zu einer bestimmten Tageszeit besucht werden, andere legen Wert auf ein spezielles Angebotssegment. Zudem erweitert und ändert sich der Kundstamm ständig. Die Koordinierung der Besuche ist deshalb äußerst herausfordernd.“

Umfassende Lösung

Jetzt plant das Unternehmen mit der Software die Kundenbesuche für seine Außendienstmitarbeiter, was Zeit und Geld spart. Wichtige Faktoren, wie Besuchsreihenfolge und -häufigkeit, der Streckenverlauf sowie die dabei anfallenden Kosten, erfasst das Programm zuverlässig, verknüpft sie sinnvoll und stellt sie benutzerfreundlich dar. Auch komplexe Zusam-

menhänge zwischen Einflussgrößen, wie Geschwindigkeits-Profil der Strecke und die davon abhängige Fahrtdauer, fließen in die Streckenplanung ein.

Auch die Besuche von A-, B-, C-Kunden kann das Programm planen. So besucht nun ein Außendienstmitarbeiter im ausgewogenen Verhältnis C-Kunden, um neuen Umsatz zu generieren und A-Kunden, um seinen gewohnten Umsatz zu sichern.



Jeder Vertriebsmitarbeiter erhält einmal im Monat einen auf ihn abgestimmten Plan. PTV Map&Market informiert auf dem Ausdruck über den optimalen Streckenverlauf, wie lange er für die Streckenabschnitte benötigt und wann er sich wo aufhält. Zudem benutzen die Außendienstmitarbeiter den Besuchsplan als Besuchsbericht. Er erkennt so schnell, ob er einen Kunden beim letzten Besuch angetroffen und welche Produkte er ihm vorgestellt hat.

Die Software ist bei den Mitarbeitern gut angekommen. Für Michael Schwab-Reimann liegt dies vor allem an zwei Punkten: „Einmal lässt sich PTV Map&Market dank seiner umfassenden Möglichkeiten genau an die Anforderungen der einzelnen Mitarbeiter anpassen.“ Zum anderen unterstützten PTV und ECOPLAN die Umstellung auf die softwarebasierte Vertriebsorganisation durch gezielte Schulungen und Workshops der verantwortlichen Planungsteams. Mitglieder dieser Teams sind im Anschluss direkt bei den Außendienstmitarbeitern mitgefahren, haben deren Feedback eingeholt und konnten so noch bestehende Probleme rasch lösen. Heute ist die Lösung für über 90% der Mitarbeiter unverzichtbar.