

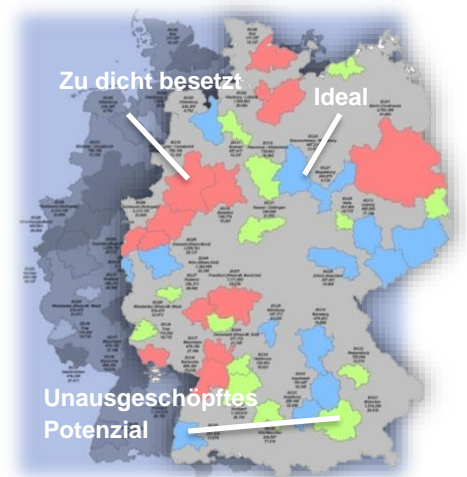
M&L DER GEBIETSPLANUNGS CHECK

Ausgangssituation:

- Die Marktsituationen oder Geschäftsstrategien verändern sich zum Teil sehr kurzfristig: Eine Gebietsplanung für den Vertriebsaußendienst kann nach 1-2 Jahren bereits nicht mehr effektiv sein
- Eine bereits existierende Gebietsplanung soll von einer neutralen Stelle in Revision genommen werden, bzw.
- Eine bereits existierende Gebietsplanung soll mit neuen Potenzialkennziffern, Marktchancen und Prämissen verifiziert und optimiert werden

M&L Lösungen:

- Gebietsvergleiche und Bewertungen mittels definierter Potenzialdaten zur Neuplanung oder Überprüfung
- Kanalspezifische Ansätze und regionale Verteilung
- Durchführung der Revisionsplanung von erfahrenen Planern
- Bewertung und Empfehlungen



Vorgehen:

- Durchführung der Bestandsaufnahme
- Erstellung der Gesamtkonzeption
- Ermitteln der strategischen Bewertungsgrundlagen
- Durchführung von zentralen und regionalen Workshops
- Planungerstellung und Visualisierung

Unternehmenspotenziale Markt- und Marktdynamik Geschäftskunden



Planungsprämissen	Priorisierung	Erkennung
Kundenanzahl	6	2000
Potenziale	5	1200
Servicekonzept	4	120
VIP-Beziehungen	3	40
Fahrtstrecken	2	
Wohnorte	1	90

Nutzen:

- Optimierter Außendiensteeinsatz zur Potenzialausschöpfung
- Bundesweit einheitliches Vorgehen unter Berücksichtigung regionaler Strukturen
- Aufeinander abgestimmte Vertriebswegestrategien
- Deutliche Verkürzung des Planungszeitraumes
- Nachhaltigkeit für Stakeholder, Management und Mitarbeiter