Tipps & Tricks für die Gebietsplanung

Alexandra Deutsch
Nicole Lahr

Webinar
26|09|2023

Agenda

1 Preview GfK Gebietsplanungsstudie

2 RegioGraph - Livedemo

- Kundensegmentierung in RegioGraph
- Planung mit Besuchslast und Kapazitätsausschöpfung
- Vorher Nachher-Vergleich in RegioGraph

© GfK

Pressestimmen - Auswahl an Pressemeldungen

Samsung Newsroom Deutschland

Noch näher am Handel: Samsung Hausgeräte etabliert neue Strukturen im Außendienst

27.05.2020 Audio Teilen

Neuausrichtung ermöglicht noch engere Bindung zum Fachhandel und stärkt die Präsenz

Für Samsung ist vertrauensvolle Zusammenarbeit essenziell. Um den Fachhandel in dynamischen Zeiten weiterhin ideal betreuen zu können, etablierte Samsung Hausgeräte bereits zu Beginn dieses Jahres veränderte Außendienst-Strukturen. Mit diesem Schritt reagiert Samsung gleichzeitig auf den Wandel in der Handelslandschaft. Die Anpassung betrifft unter anderem die Häufigkeit der Besuche, Fahrtwege und die Zuständigkeiten.

Lebensmittel Zeitung

...ternehmen frühzeitig reagieren. Daher beobachtet Samsung Hausgeräte den Wandel ... Nach oben

Kommentar

Außendienst auf Augenhöhe

Über drei Jahrzehnte haben zahlreiche FMCG-Hersteller ihre Außendienste heruntergefahren. Auch, weil der Handel bis ins Detail Sonderplatzierungen und Aktionsflächen für die Standorte zentral regelte. Seit längerer Zeit geben einige Händler wieder mehr Kompetenzen in die Märkte. Darin liegt eine Chance für die Feldmannschaften der Industrie.

Von Tanja Fries | Freitag, 31. März 2023

ZEIT ONLINE

Schrauben-Milliardär

Reinhold Würth: Ohne Außendienst könnten wir heimgehen

Business-Portal electro

Food- und Non-Food-Außendienst von P&G wird aufgelöst

12. Dezember 2022

Teilen

BRAUN Oral-B

..., Braun, Oral-B

...er & Gamble aktuell mitteilt, haben sich in den letzten Jahren gravierende Veränderungen in der ...dschaft und in der Art und Weise, wie das Geschäft gesteuert wird, ergeben. Aufgrund dieser Entwicklungen ...zern jetzt die Entscheidung getroffen, den Food- und Non-Food-Außendienst zum Jahresende 2022 ... Zu P&G gehören bekannte Marken wie Braun, Oral-B, Ariel, Pampers, Pantene etc.

... Januar 2023 setzen wir eine neue Organisationsstruktur und -verteilung auf, um der Regionalisierung und ...ung auf Handelsseite im Elektrokanal Rechnung zu tragen und gemeinsam mit unseren Handelspartnern ... Potentiale des gemeinsamen Non-Food-Geschäftes realisieren zu können", so der O-Ton aus der deutschen Unternehmenszentrale.

Lebensmittel Zeitung

INDUSTRIE SEITE 12 | FREITAG 31. MÄRZ 2023

Nestlé trimmt den Außendienst

Konzern rückt Mehrfilialunternehmer in den Fokus – Maßgeschneiderte Konzepte für einzelne Märkte

Außen im Dienst: Nestlé setzt weiterhin auf eine starke Präsenz der Feldmannschaft im Handel. Foto: StokketerStock.Adobe.com

Der Nestlé-Konzern trimmt den deutschen Außendienst auf Effizienz. Die Feldmannschaft soll verstärkt Daten analysieren und Leistungskennziffern des Handels in die Argumentation einbeziehen. Vor allem die Mehrbetriebsunternehmer von Edeka und Rewe nimmt der Hersteller in den Fokus.

Nestlé leistet sich nach wie vor eine der größten Außendienstorganisationen der Ernährungsindustrie in Deutschland. Trotz Stellenabbau und Umstrukturierungen in der Vergangenheit arbeiten immer noch knapp 220 Mitarbeiter daran, das Sortiment und die Marken ins beste Licht zu rücken. Aus gutem Grund: „Einige filialisierte Handelsunternehmen haben in den vergangenen Jahren verstärkt Kompetenzen zurück in die Märkte gegeben", sagt Jens Thoms, Chef des Nestlé-Außendienstes in Deutschland. Nach einer Phase, in der manche Händler alles bis ins Detail zentral vorgaben, hätten die Entscheider in einigen Filialbetrieben nun wieder mehr Freiheiten, etwa bei der Vergabe von Sonderplatzierungs- oder Aktionsflächen. Das eröffnet

...immer stärker selbstständige Kaufleute von Edeka und Rewe, die mehr... ...nternehmer gewinnen zunehmend an Macht in den Handelsorganisatio... ...rtriebsexperte berät große FMCG-Hersteller wie Nestlé. Aus seiner Sicht ...uppe der Außendienste.

DAS MAGAZIN FÜR MARKENFÜHRUNG markenartikel

Ricola stellt nationalen Apotheken-Außendienst auf

Quelle: CFP Brands Süßwarenhandels GmbH & Co. KG

Das Schweizer Familienunternehmen **Ricola** mit Firmensitz in Laufen bei Basel stellt sich mit einem eigenem Apothekenaußendienst neu auf. Zudem endet am 31. März in beiderseitigem Übereinkommen die Kooperation zwischen dem Vertriebs-Joint-Venture zwischen CFP Brands und dem Pharmaunternehmen Queisser Pharma.

Der Apothekenvertrieb der Ricola-Hals- und Hustenbonbons wird laut einer Meldung ab dem 1. April der neue, eigene Ricola-Apothekenaußendienst in Kooperation mit Marvecs übernommen. Dazu gehören eigene Key-Account-Manager und ein nationaler Ricola-Apothekenaußendienst, der die stationären Apotheken mit ihren Apothekern und PTA sowie Online-Apotheken, den Apotheken-Großhandel und Apotheken-Kooperativen optimal betreuen soll.

An NIQ Company

GfK Gebietsplanungs-studie 2023

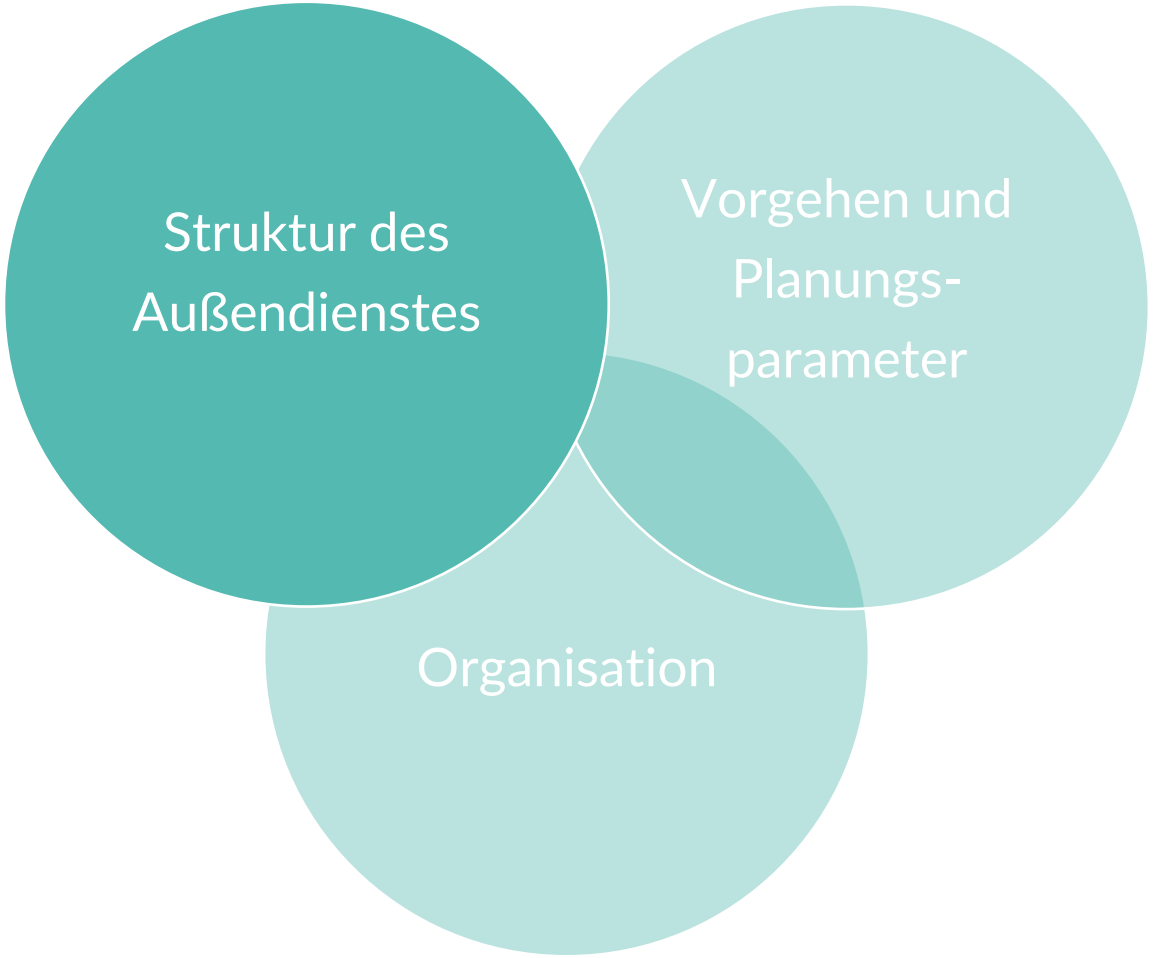
Preview

Gebietsplanungsstudie 2023
Rahmenbedingungen

branchenübergreifend

110 Teilnehmer

April bis Juli 2023

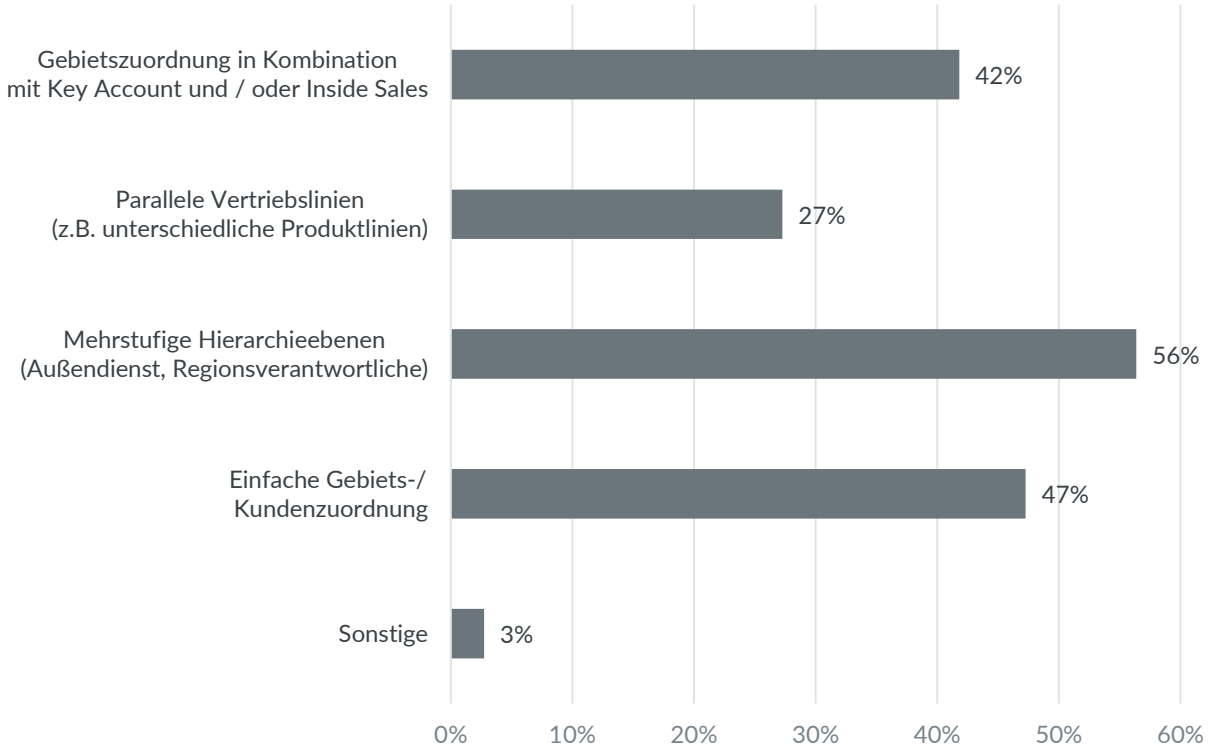


© GfK

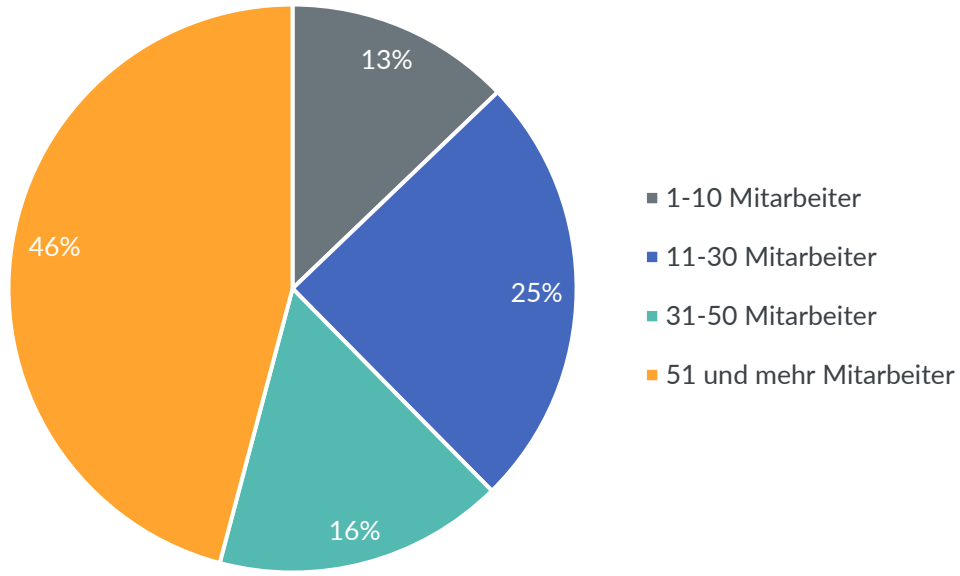
Gebietsplanungsstudie 2023

Wie verändert sich der Außendienst?

Welche Formen der Gebietsstrukturen gibt es in Ihrem Unternehmen?



Wie groß ist Ihr Außendienst?

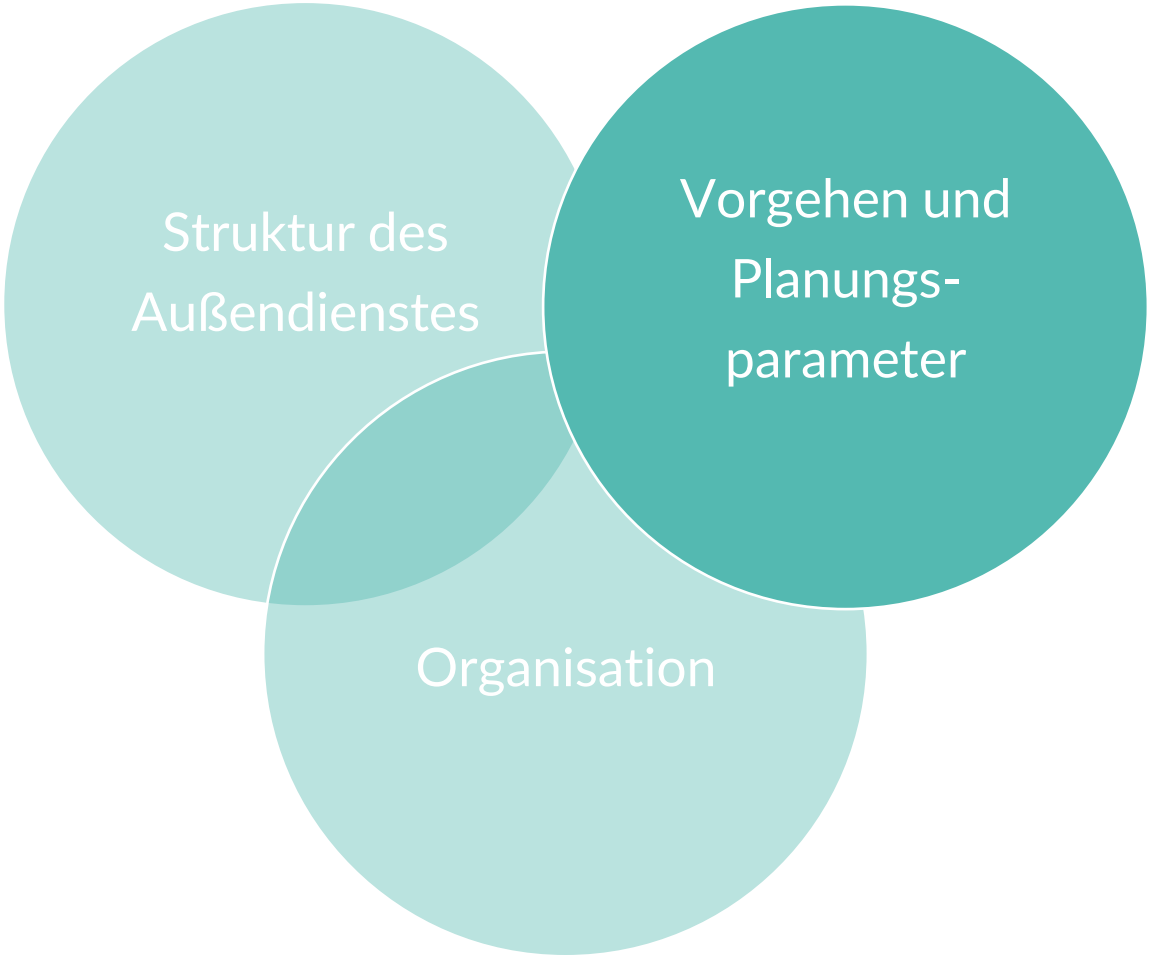


Gebietsplanungsstudie 2023
Rahmenbedingungen

branchenübergreifend

110 Teilnehmer

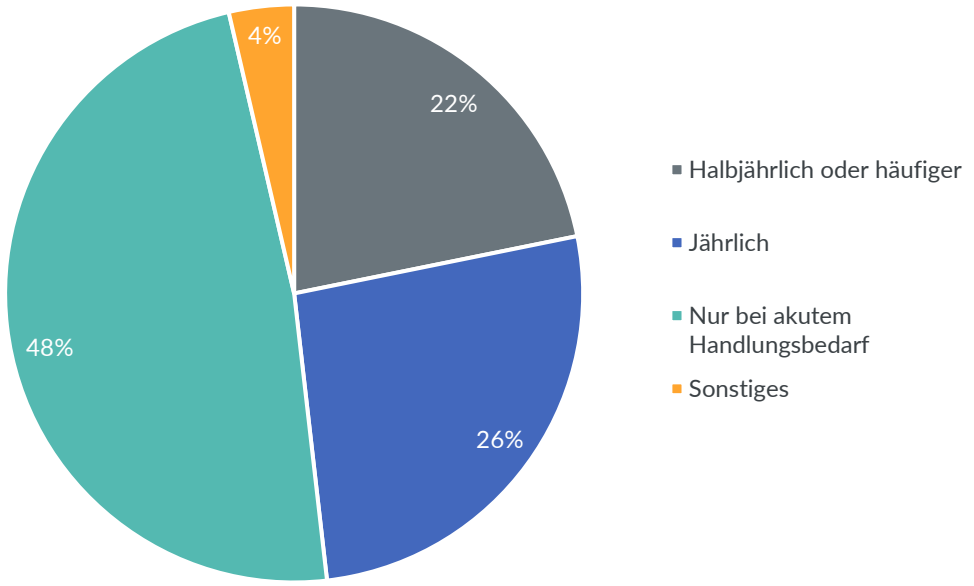
April bis Juli 2023



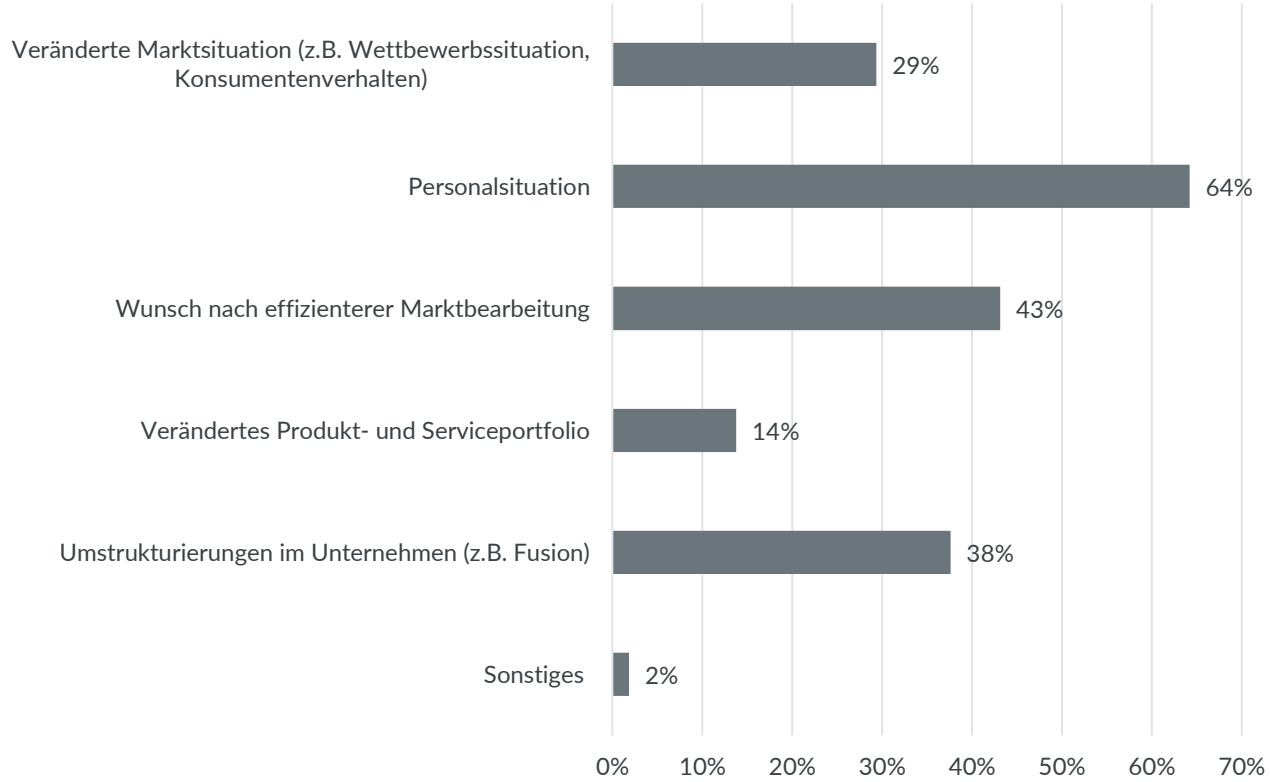
Gebietsplanungsstudie 2023

Vorgehen

Wie oft überprüfen / überarbeiten Sie Ihre Gebietsstrukturen



Anlass für letzte Neuplanung oder Umstrukturierung



© GfK

Gebietsplanungsstudie 2023

Vorgehen bei der Gebietsplanung – strukturell

01 Häufigere Gebietsanpassungen als in der Vergangenheit

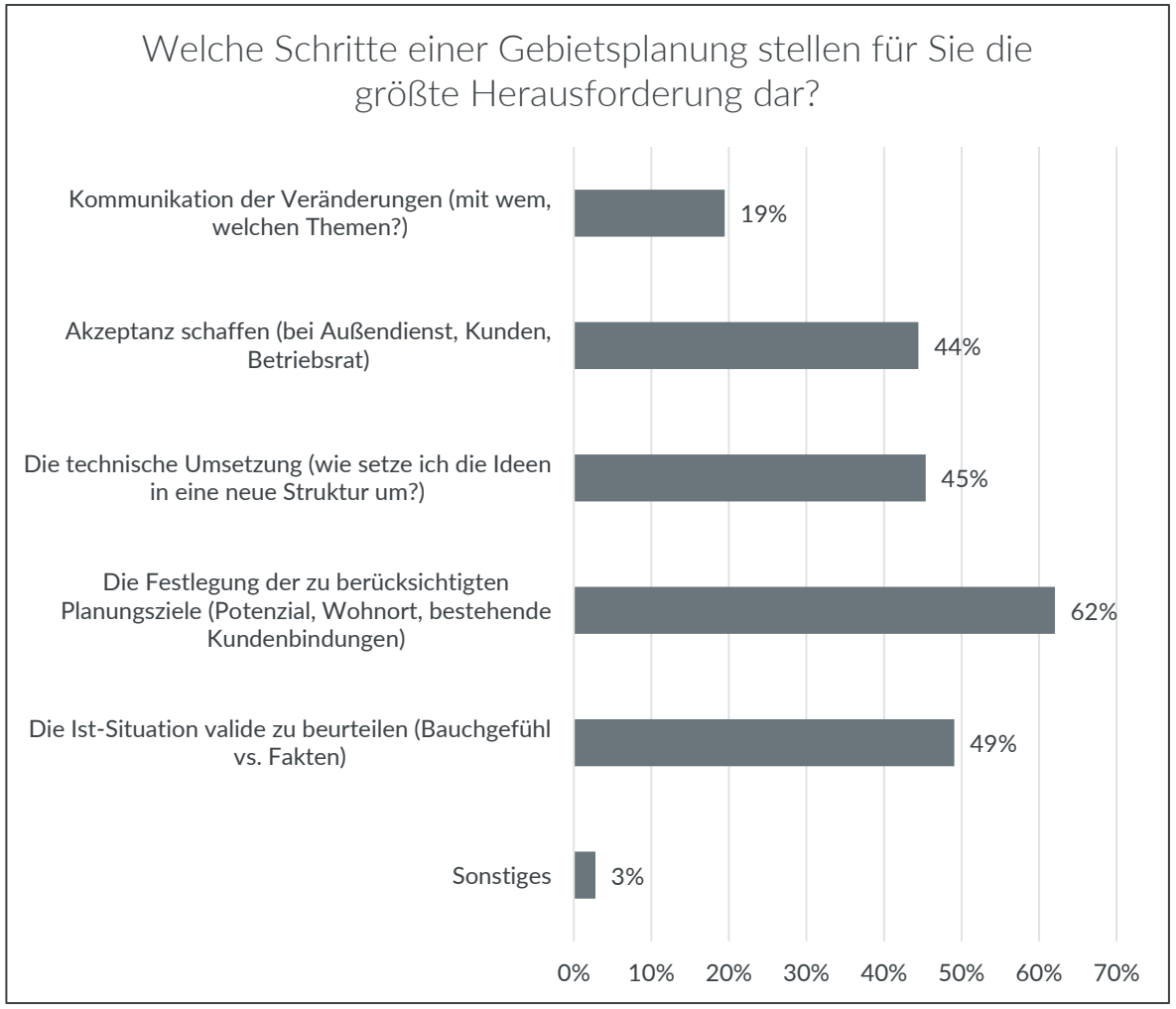
02 Gebietsplanung durch:
- Marktveränderungen
- Wunsch nach effizienter Marktbearbeitung

03 Zusammenlegung von Vertriebslinien bzw. Unternehmensbereichen

04 Personalsituation als wesentlicher Faktor bei Gebietsanpassungen (Fachkräftemangel)

Gebietsplanungsstudie 2023

Planungsparameter



© GfK

Vorgehen bei der Gebietsplanung – Planungsparameter

01 Herausforderungen: **Definition** und **Priorisierung** der Planungsparameter

02 Vermehrter Zugriff auf **externe Marktdaten** zur **Anreicherung** der internen Potenzialdaten

03 Die **Wichtigkeit** des **Mitarbeiterwohnorts** gewinnt an Bedeutung

04 Häufigere **Überarbeitung** von **Kundensegmentierungen** und daraus abgeleitete **Besuchsvorgaben**

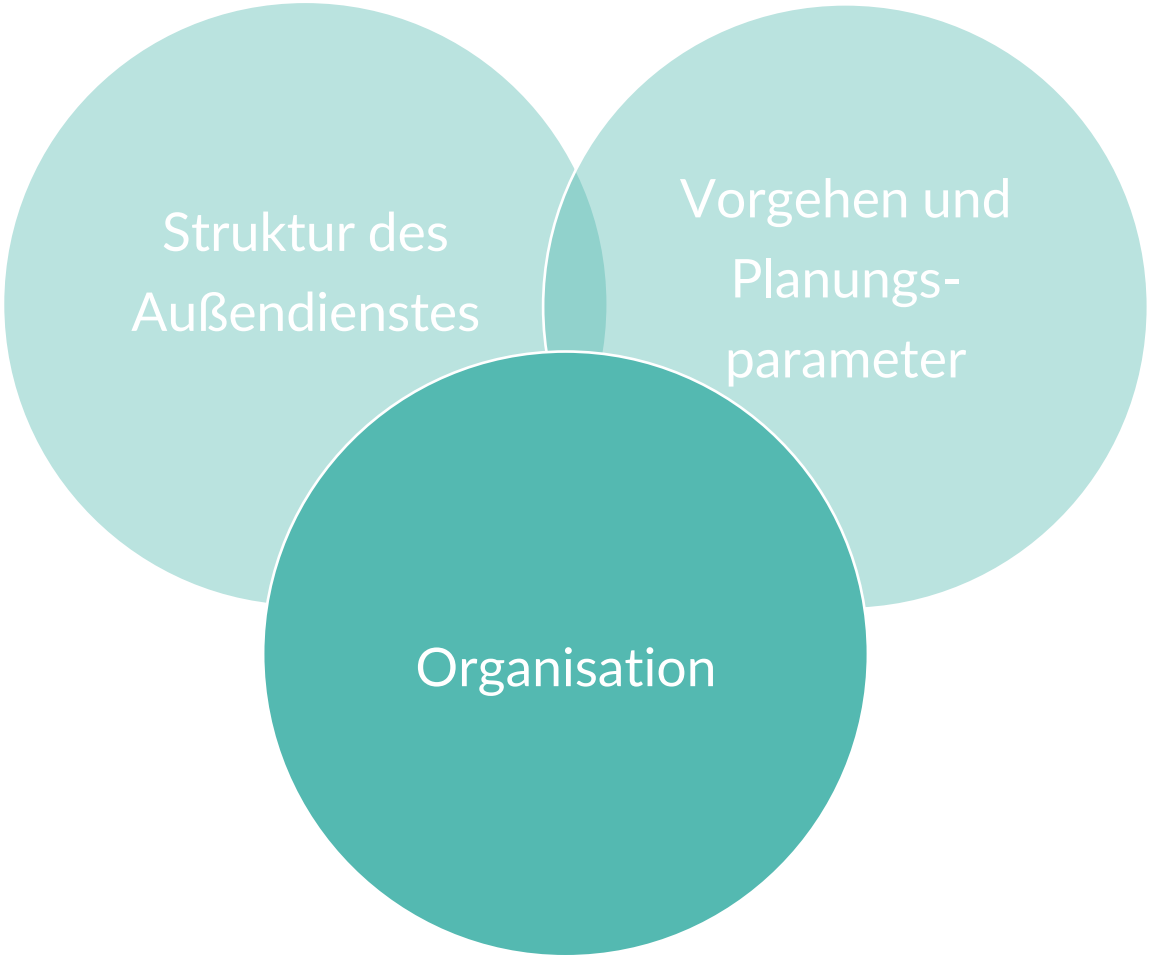
© GfK

Gebietsplanungsstudie 2023
Rahmenbedingungen

branchenübergreifend

110 Teilnehmer

April bis Juli 2023

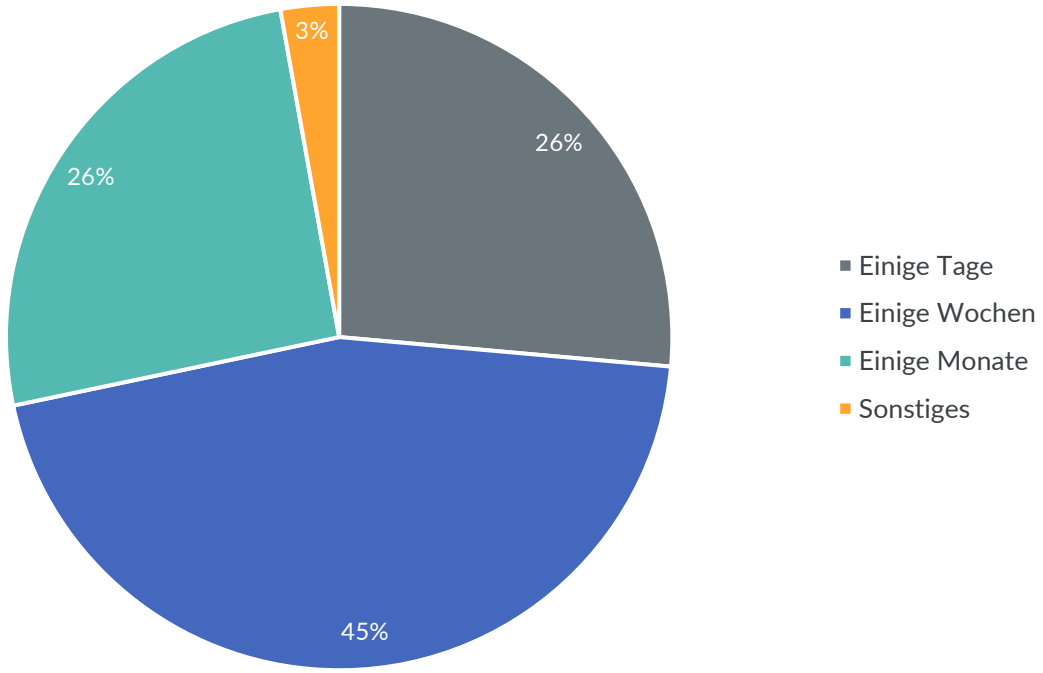


© GfK

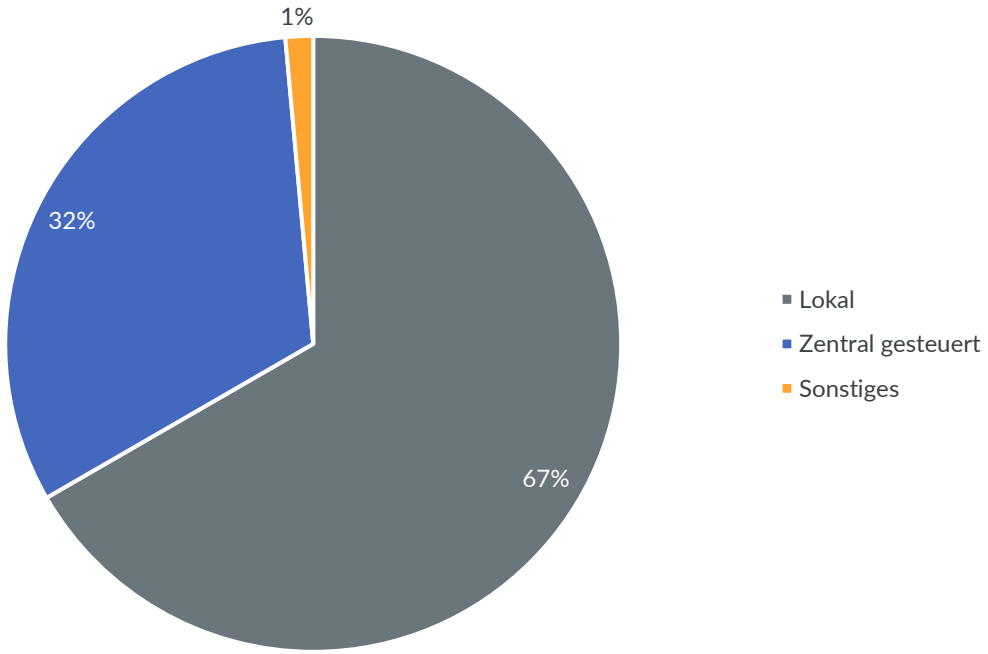
Gebietsplanungsstudie 2023

Organisation

Wie viel Zeit investieren Sie in eine Strukturänderung



Falls Ihr Unternehmen international tätig ist: Wie erfolgt die Gebietsplanung im Ausland?



Gebietsplanungsstudie 2023

Vorgehen bei der Gebietsplanung – organisatorisch

01 Planungszeitraum bleibt nahezu unverändert bei ca. 3-4 Monaten von der Planung bis zur Implementierung.

02 2/3 der international tätigen Unternehmen planen auf nationaler Ebene und nicht durch globale Einheiten.

Die Praxis zeigt jedoch oft, dass die Länder in der inhaltlichen Verantwortung sind, diese jedoch - hinsichtlich Gebietsplanungs- oder technischem Know-How - einen globalen Support erhalten.

FAZIT

- weniger parallelen Vertriebslinien
- höherer Bedeutung von Mitarbeiter-zufriedenheit und Transparenz, um Fluktuation zu vermeiden
- häufigeren Gebietsanpassung durch Marktveränderung
- zunehmender Bedeutung übergeordneter Strukturen
- 1 face to the client
- kürzeren Reisezeiten
- kleineren Gebieten

Growth from Knowledge

Live Demo RegioGraph

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Haben Sie noch Fragen?

GERMANY

Alexandra Deutsch
Senior Sales Consultant Consumer Goods

+49 911 395 2629
alexandra.deutsch@gfk.com

GERMANY

Nicole Lahr
Senior Sales Consultant

+49 911 395 2617
nicole.lahr@gfk.com