

# Referenzkundenbericht

Krombacher Brauerei  
Bernhard Schadeberg GmbH & Co. KG

Tourenplanungslösung für den Außendienst



# Auf einen Blick



## Das Unternehmen

Die Krombacher Brauerei Bernhard Schadeberg GmbH & Co. KG ist eine Brauerei aus der Stadt Kreuztal (Nordrhein-Westfalen), und liegt im Stadtteil Krombach. Mit einem Gesamtausstoß von 6,429 Mio. hl ist sie eine der größten deutschen Privatbrauereien. Die Sorte Krombacher Pils ist mit 4,4 Mio. hl die meistgekaufte Marke Pilsner Bier Deutschlands; das alkoholfreie Bier ist Marktführer in dieser Sparte. Krombacher besitzt mit der Schweppes Deutschland GmbH seit 2006 die Marken- und Vertriebsrechte für Schweppes, Oragina und Dr Pepper in Deutschland und Österreich. (Wikipedia 2013)

## Die Anforderung

- Minimierung der Reisezeiten im Außendienst durch Optimierung der Tagestouren
- Vereinfachung der Tages(reise-)planung
- Visualisierung des Kundenstamms
- Schnellere Einarbeitung neuer Mitarbeiter
- Integration in das bestehende CRM-System
- Planungshoheit verbleibt auch weiter in der Hand der mobilen Außendienstmitarbeiter

## Die Highlights

- Volle Integration in das bestehende CRM-System
- Visualisierung der geplanten Tagesroute
- Hinzufügen von Terminen auch über die Karte möglich
- Automatisierte Besuchsvorschlagsliste nach verschiedenen Kriterien
- Detailsuche nach allen relevanten und verfügbaren Kundendaten
- Durch serviceorientierte Architektur keine clientseitige Installation notwendig

*„Die Einführung der Tourenplanung hat die Effizienz unseres Außendienstes entscheidend erhöht.“*

*Die intuitive Bedienung und das moderne Design stellen eine erhebliche qualitative Erweiterung des CRM-Systems dar.*

*Die Realisierung dieses Projektes erfolgte durch unseren langjährigen Partner ITBALANCE.“*

**Michael Oster**  
Assistent Vertriebsdirektor  
Gastronomie

# Das Projekt

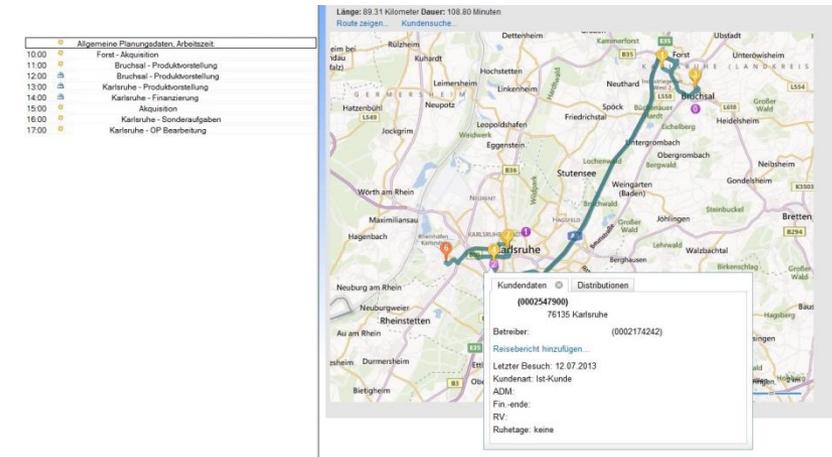
## Die Problemstellung

Eine effiziente Besuchsplanung und -steuerung des Außendienstes der Krombacher Brauerei ist bei der Vielzahl der Kunden und der mit diesen verbundenen Prozesse von zentraler wirtschaftlicher Bedeutung.

Um diesem Faktor gerecht zu werden, sollen die Kunden punktgenau und zweckdienlich auf einer Karte visualisiert werden. Zudem soll das System auch der Steuerung des Außendienstes dienen.

## Roadmap und Strategie

Im ersten Step wurden die im CRM System vorhandenen Kundenadressen geocodiert. Die Geokoordinaten dienen der korrekten Platzierung der Kunden auf der digitalen Karte. Ergänzend dazu wird bei der Geocodierung der Grad der Adressgenauigkeit ermittelt. Alle vom System als ungenau gekennzeichneten Adressen können so identifiziert und zielgerichtet bereinigt werden.



Im zweiten Step wurden die für eine Besuchssteuerung relevanten Kundenattribute ermittelt und dem System zur Verfügung gestellt. Im Falle der Krombacher Brauerei zählen u.a. das Datum des letzten Besuchs, das Vertragsablaufdatum sowie die bei dem Kunden gelisteten Artikel dazu. Ergänzend zur Ermittlung von Beginn und Ende einer Tour wurden die Adressen der Mitarbeiter im System hinterlegt.

Da weiterhin die Planungshoheit in den Händen der mobilen Mitarbeiter verbleiben sollte, wurde eine zentrale Besuchssteuerung nicht gewünscht. Das System macht demnach lediglich Vorschläge für die optimale Besuchssteuerung. Die Entscheidung über die konkrete Tagestour verbleibt beim Anwender. Der Vorgesetzte hat allerdings die Möglichkeit, Besuchsvorschläge für seinen Mitarbeiter einzubringen.

## Besuchsplanung

Die Planung erfolgt in aller Regel Freitags für die nachfolgende Woche. Dabei werden zunächst bereits vereinbarte Fixtermine im System hinterlegt. Sowohl in Listenform wie auch in der Karte werden nun Besuchsvorschläge angezeigt.

In der Karte werden diese Kunden farblich und mit der Anzahl der verbliebenen Monate bis zum notwendigen Besuch angezeigt. Dieses Datum entsteht u.a. aus einem auslaufendem Vertrag, dem definierten Besuchsintervall oder aber einer Besuchsvorgabe seitens des Vorgesetzten. Das System unterstützt den Mitarbeiter dabei, die verbliebene Zeit so effektiv wie möglich zu gestalten.

## Kunden-Tour-Suche

Zahlreiche Methoden zur Suche geeigneter Kunden auf der bestehenden Tagesroute stehen zur Verfügung.

# Das Projekt

So können im einfachsten Fall alle Kunden entlang der Route in einem frei definierbarem Korridor in der Karte angezeigt werden. Neben den Kundenstammdaten werden in der Karte auch Informationen wie z.B. das Datum des letzten Besuchs, Vertragsbestandteile und Öffnungszeiten angezeigt. Die Anzeige wird ergänzt durch die beim Kunden vorhandenen Artikel aus dem Krombacher Sortiment.

Eine dynamische Suche ermöglicht nun das Auffinden von Kunden nach verschiedensten Kriterien. So können beispielsweise alle Kunden im Korridor von 2 km entlang der Route angezeigt werden, deren letzter Besuch mindestens 2 Monate alt ist und die ein bestimmtes Produkt der Brauerei nicht im Sortiment haben.

## Kundeneinplanung in Tour

Aus der Karte können die Kunden direkt in die vorhandene Tour übernommen werden. Über eine im System implementierte Suchfunktion kann auch eine Masseneinplanung von Kunden durchgeführt werden.

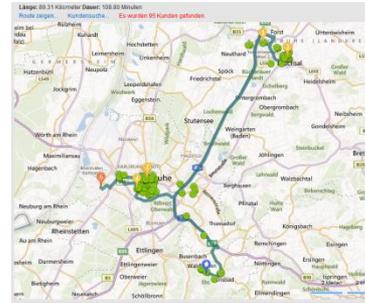
Nach Eingabe der Suchkriterien werden die Treffer in einer Liste dargestellt und können per Mausclick direkt übernommen werden. Die eingeplanten Kunden werden anschließend in der Karte in die Tagestour aufgenommen.

## Kritische Erfolgsfaktoren

Abhängig von der Arbeitsweise der mobilen Mitarbeiter muss der systemseitige Prozess der Besuchsplanung abgebildet werden. Liegt die Planungshoheit im Außendienst oder wird eine zentrale Steuerung bevorzugt?

Eine Integration in die bestehenden Systeme wie z.B. CRM ist ein entscheidender Faktor, um Akzeptanz bei den Anwendern zu schaffen. Die Bedienung sollte intuitiv und der Arbeitsweise der Mitarbeiter angepasst sein.

Die in der Karte angezeigten Informationen müssen den Bedürfnissen der Anwender entsprechen. So muss z.B. die Dringlichkeit eines Besuchs auf den ersten Blick erkennbar sein.



*„Neben einer gezielteren Besuchssteuerung haben wir durch die Einführung der Tourenplanung gleichzeitig Reisekosten reduzieren können. Die gesteckten Ziele wurden bereits nach kurzer Zeit übertroffen.“*



Gerd Harnischmacher  
Vertriebsdirektor Gastronomie

# Krombacher



Krombacher Brauerei  
Bernhard Schadeberg  
GmbH & Co.KG

Hagener Straße 261  
D-57223 Kreuztal

[www.krombacher.de](http://www.krombacher.de)

Branche: Konsumgüter

# ITBALANCE GmbH

Stockholmer Allee 30c

44269 Dortmund

T: +49 (0) 231 3348-3545

F: +49 (0) 231 3348-3547

E: [kontakt@itbalance.de](mailto:kontakt@itbalance.de)

I: [www.itbalance.de](http://www.itbalance.de)

© 2013 – ITBALANCE GmbH

