GfK Growth from Knowledge

GfK WEBINAR

Sales Management - Außendienst mit Zukunft?!

Effiziente Außendienststeuerung mit regionalen Absatzpotenzialen

Beginn: 11:00 Uhr

IHR MODERATOR

OLIVER GIEHSEL
GfK | Geomarketing

Berät seit über 12 Jahren Retail & Industry Partner im Rahmen ihrer "Geospatial Projects"

WEBINAR – INFO

- TeilnehmerInnen sind untereinander anonym.
- Um Hintergrundgeräusche zu vermeiden sind alle TeilnehmerInnen gemutet.
- **Fragen können direkt über das Chat-Fenster an das Moderatoren-Team gestellt werden.**

GfK Growth from Knowledge

WARUM AUSSENDIENST-STEUERUNG

RELEVANZ IN UNTERNEHMEN

Was verbirgt sich eigentlich hinter einem Außendienst?

Ein paar Hintergründe zur Einordnung aus unserer Praxis

BESUCHE
5 - 10
pro Tag

KM
65k – 85k
pro Jahr

TEAM
30 – 45
AD-Mitarbeiter

GEHALT*
BRUTTO
Ø 4.850 €
pro Monat

*Entgeltatlas 2022 Bundesagentur für Arbeit

© GfK

Statements unserer Partner…

“Auch die beste Produktleistung führt nicht zum Erfolg wenn der Vertrieb in seiner Leistungsfähigkeit den Engpass bildet.”

“Gerade in gesättigten Märkten, hat der Handel eine starke Position sich seine Industriepartner “auszusuchen“. Um Marktanteile zu erobern kommt einem schlagfähigen Vertrieb & Außendienst eine besondere Bedeutung zu.”

“Je höher der Anteil vertriebsaktiver Tage/Besuche im Feld – desto erfolgreicher sind wir!”

© GfK

Zünglein an der Waage!

“Die Außendienststeuerung ist nur ein Baustein im Vertriebsmanagement, aber dieser Baustein bringt die Sache erst ins Rollen”

© GfK

Typische Defizite im Vertriebsmanagement / der Vertriebssteuerung

Erfahrungswerte aus Beratungsprojekten

- Fehlende / verbesserungswürdige Priorisierung der Kunden
- Unzureichende Aussteuerung nach Kundensegmenten
- Selbststeuerung des Vertriebs:
  “Ich kenne meine Kunden am besten!”
- Analytisches Ausblenden des Marktes (Marktpotenzial)
- Verbesserungswürdige Vertriebslösungen für “C & D Kunden”
  (Hybrid Sales / Insight Sales)

© GfK

GfK Growth from Knowledge

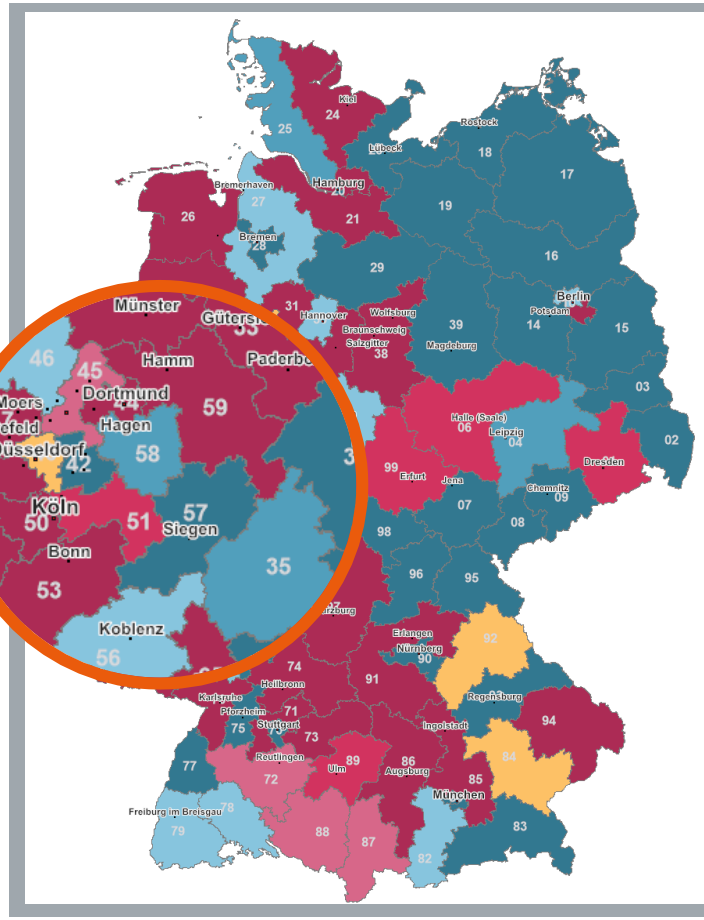
WIE HELFEN REGIONALE ABSATZ POTENZIALE

ANWENDUNG VON Geo+SalesValues

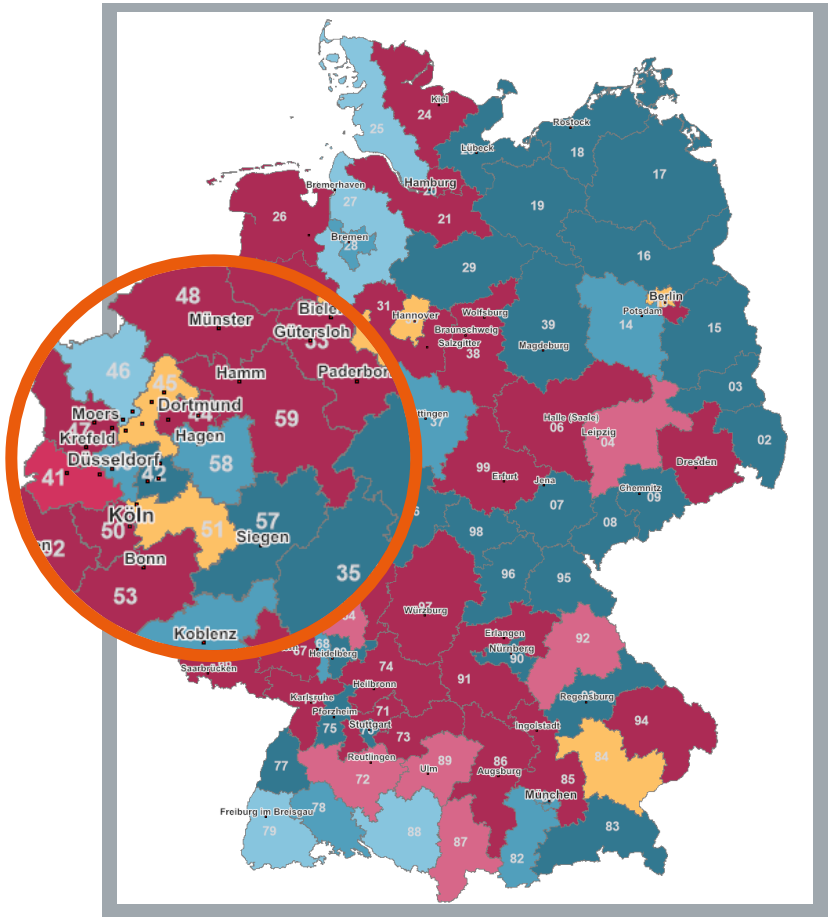
Der TGC Markt weist für versch. Produktgruppen signifikante regionale Disparitäten auf!

Geo+SalesValues 2022 | Value in € | Traditional Sales | Ausgewählte Produktgruppen

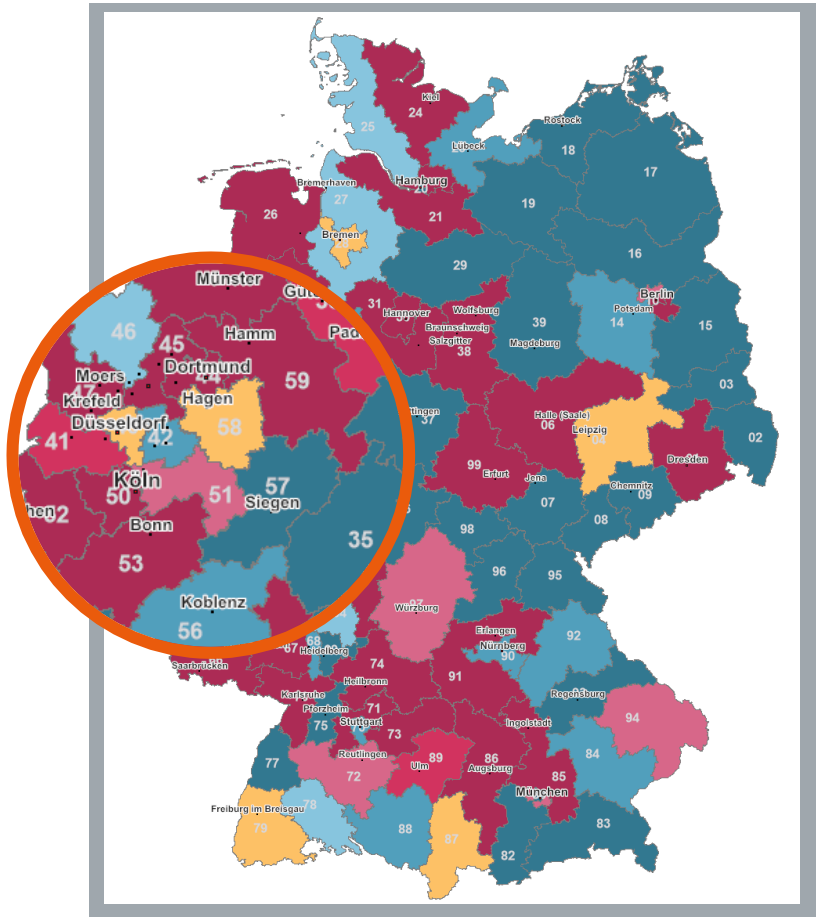
HOT BEVERAGE MAKER* [INDEX]



VACUUM CLEANER [INDEX]



SHAVERS [INDEX]



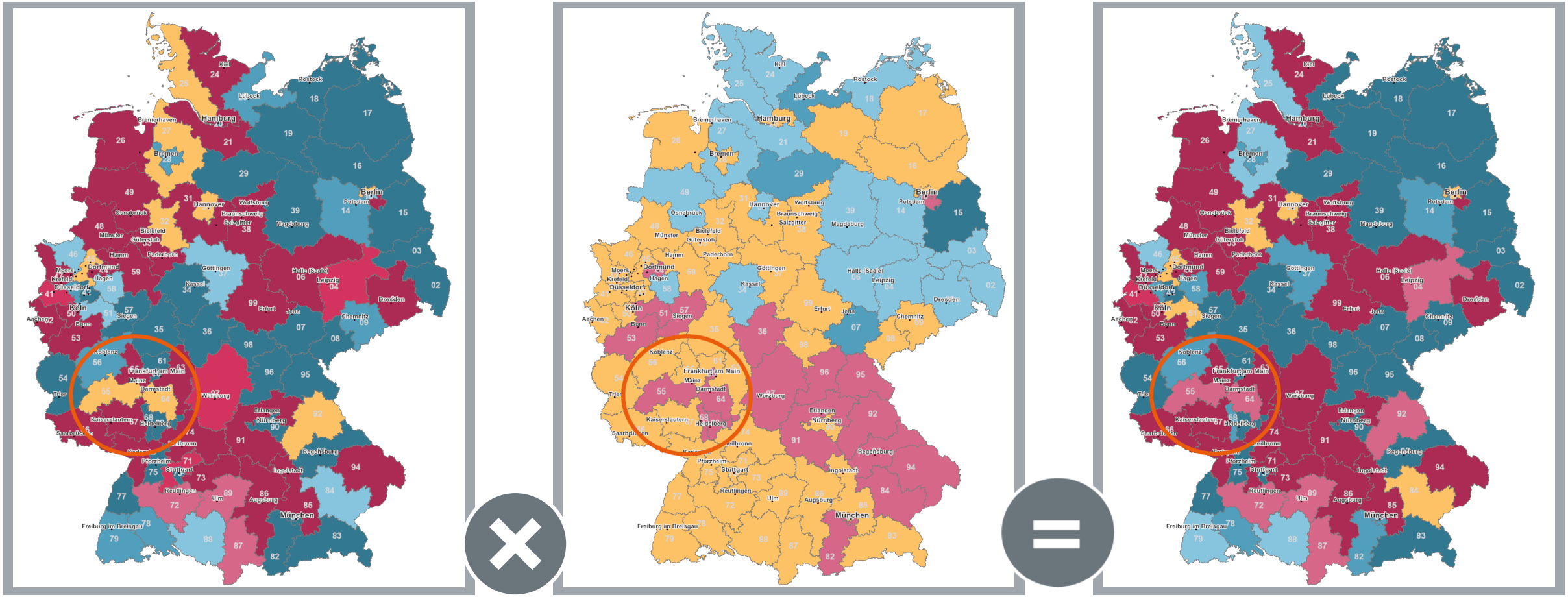
LEGENDE unter 80 | 80 bis unter 88 | 88 bis unter 96 | 96 bis unter 104 | 104 bis unter 112 | 112 bis unter 120 | 120 und mehr

© GfK Geomarketing | Geo+SalesValues TY 2022 | *PG HotBev Fully automatic coffee machines : Channel Electrical retailer; PG Vacuum Cleaner: Channel: Electrical Retailer /Hypermarkets; PG: Shavers: Electrical Retailer /Hypermarkets & Drug Stores | INDEX: Germany ø= 100

In der Region Darmstadt / Mainz liegt der Absatz an VAC's im Mittel Deutschlands. Höhere Durchschnittspreise führen dennoch zu einem überdurchschnittlichen Marktumsatz

Geo+SalesValues Vacuum Cleaner 2022 | Traditional Sales | Postleitregionen DE

VOLUME in pcs. [INDEX]		Ø PRICE [INDEX]		VALUE in EUR [INDEX]



LEGENDE unter 80 | 80 bis unter 88 | 88 bis unter 96 | 96 bis unter 104 | 104 bis unter 112 | 112 bis unter 120 | 120 und mehr

@ GfK Geomarketing | Geo+SalesValues TY 2022 | PG: Vacuum cleaner : Electrical Retailer /Hypermarkets | INDEX: Germany ø= 100

© GfK

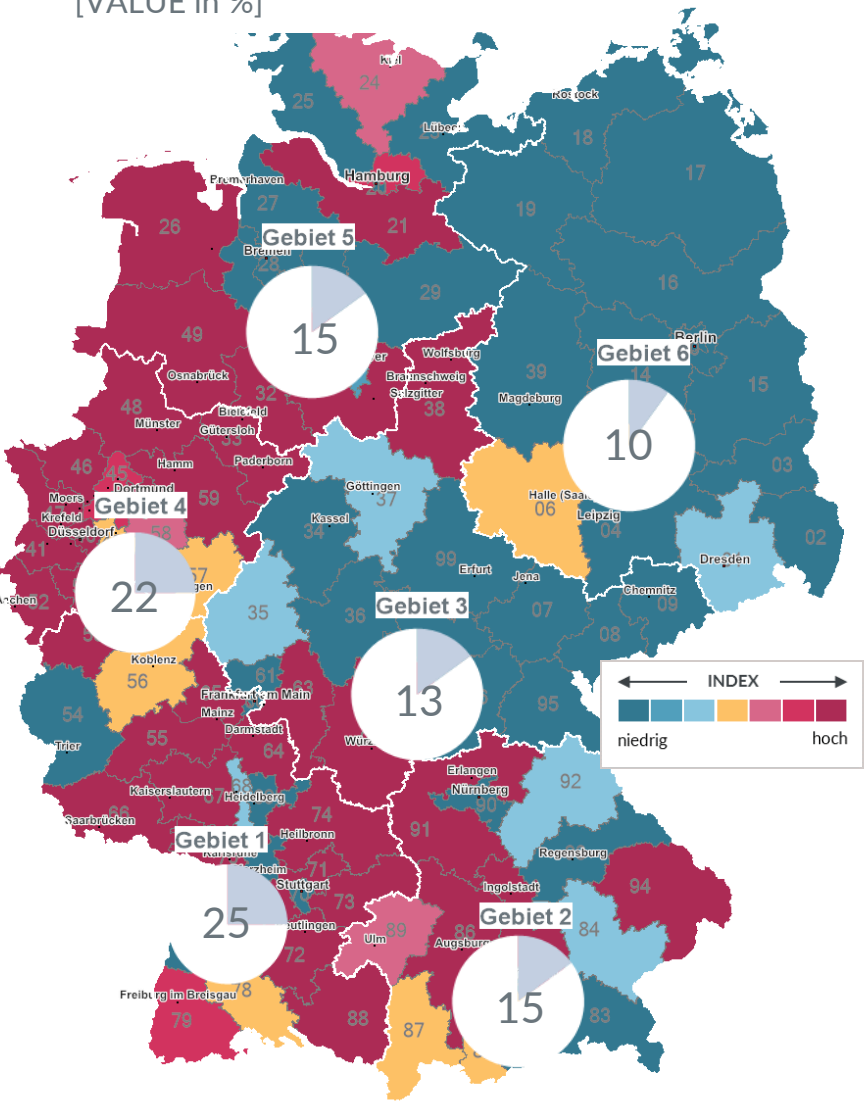
Kaskadierung von vertrieblichen Zielen

SalesValues Tumbledryer 2022| Traditional Sales | Exemplarisches Fallbeispiel

BUDGET PLAN +10% UMSATZ

MARKTVOLUMEN

[VALUE in %]



UMSATZ

[%]

GEBIET 1	20
GEBIET 2	14
GEBIET 3	17
GEBIET 4	16
GEBIET 5	16
GEBIET 6	15

$$\Delta\ \text{BUDGET}_{[\text{GEBIET}]} = \frac{\text{BUDGET PLAN}_{[\text{TOTAL}]}}{\text{UM}_{[\text{GEBIET}]} \div \text{POT}_{[\text{GEBIET}]} = \text{RMI*}_{[\text{GEBIET}]}}$$

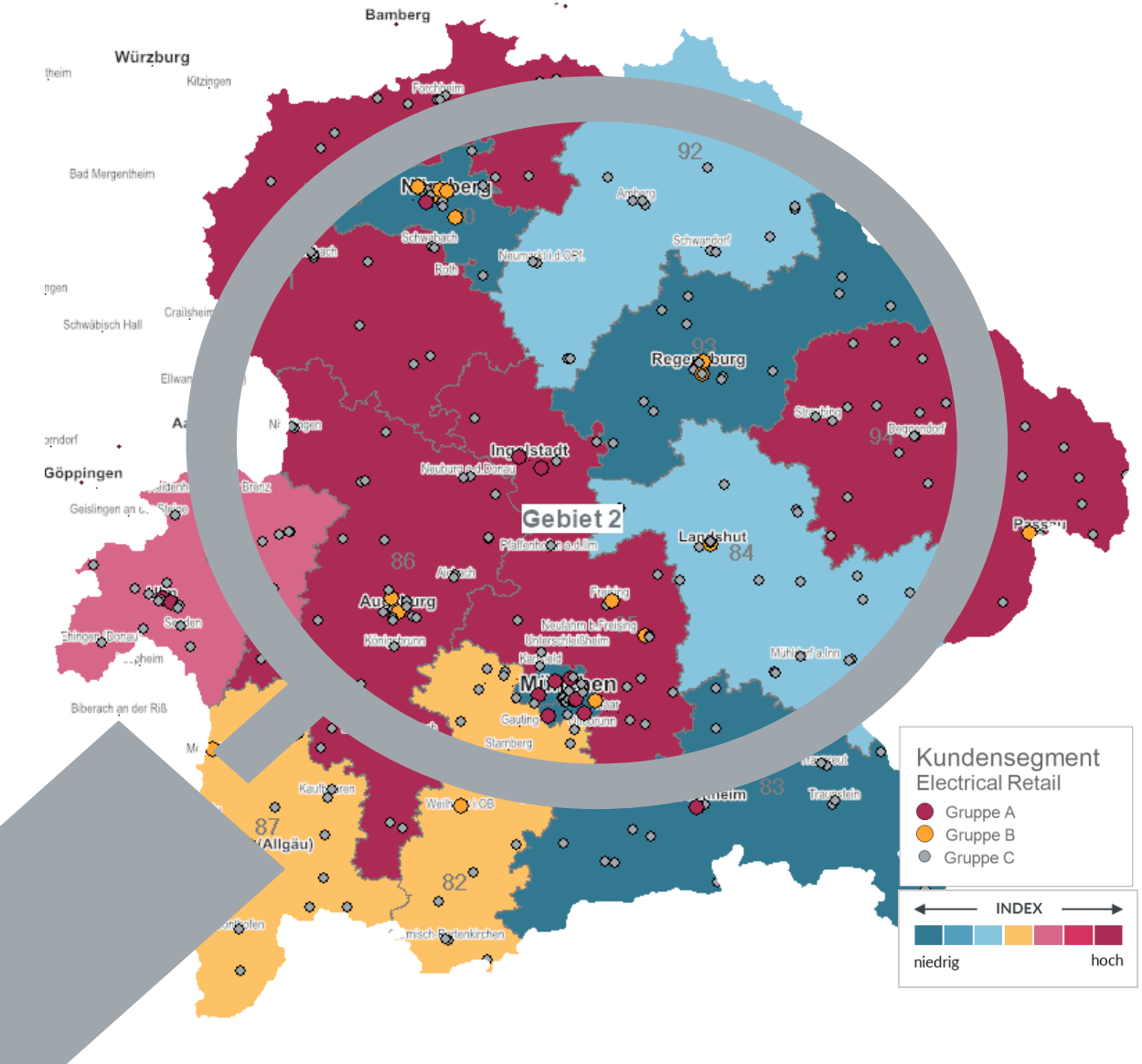
GEBIET	UM [%]	POT [%]	RMI* [Index]	Δ BUDGET [%]
1	20	25	0,8	+12,5
2	14	15	0,9	+11,1
3	17	13	1,3	+7,7
4	16	22	0,7	+14,3
5	16	15	1,1	+9,1
6	15	10	1,5	+6,7

*RMI = Relativer Marktabschöpfungsindex = Umsatz / Potenzial

© GfK

Priorisierung von Kundensegmenten

SalesValues Tumbledryer 2022| Value in € | Traditional Sales | Exemplarisches Fallbeispiel



GEBIET 2

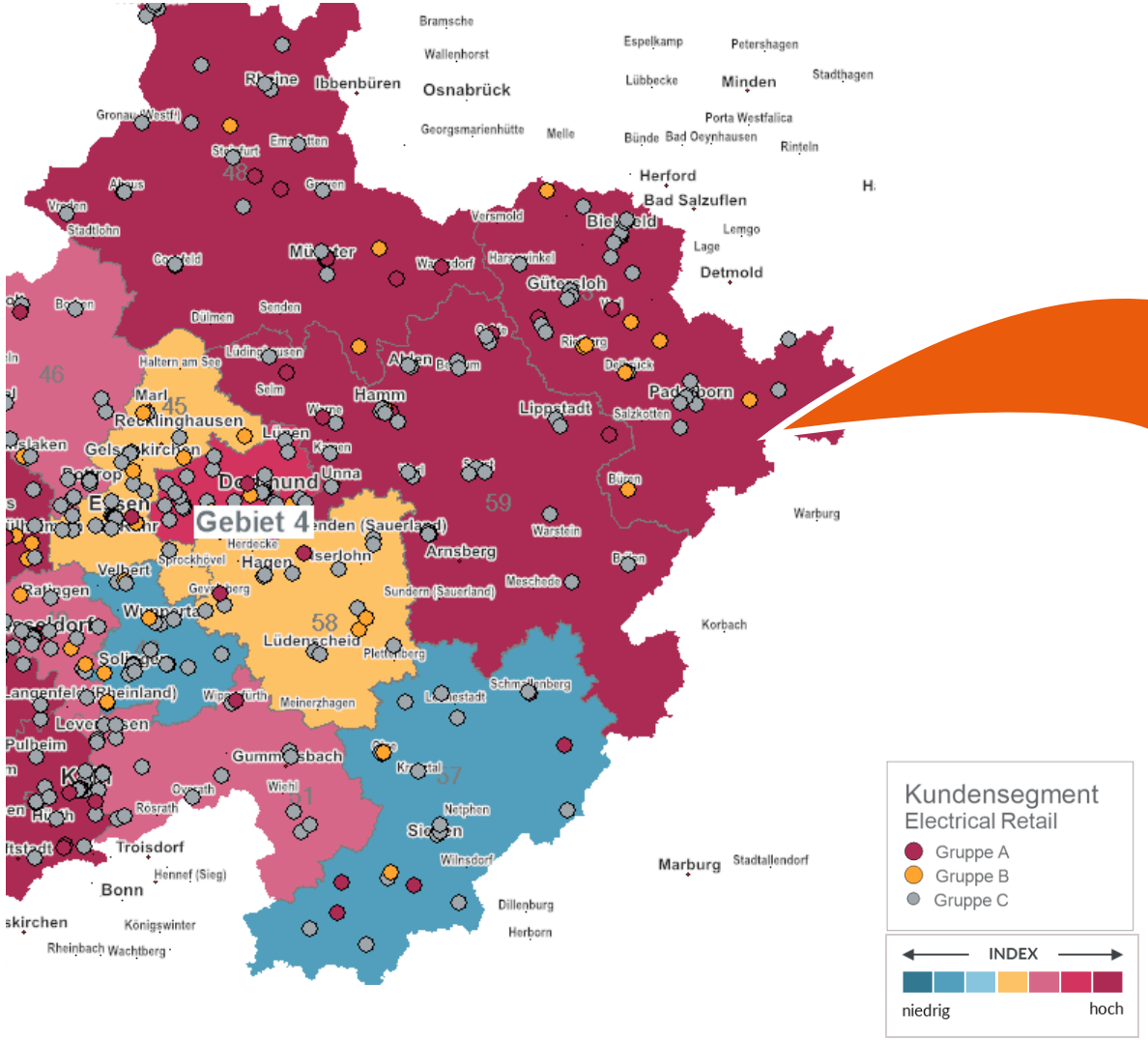
KUNDEN SEGMENT	BESUCHT	UNBESUCHT	BESUCHS-FREQUENZ	BESUCHE
A	29	1	12	348
B	50	17	6	300
C	161	53	4	644
Σ	240	71		1.292

- Unbesuchte Potentials (A+B) abdecken
  Ressource: 114 Besuche erforderlich
- 50% der Besuche entfallen auf Longtail (C Kunden)
- C-Kunden bergen Einsparpotenzial von 161 Besuchen (4 ▸ 3),
  Option: Betreuung durch Agentur oder hybriden Vertrieb

© GfK

Out of the Box - Synergetischer Einsatzbereich für “Optimierung Sales Promotions”

SalesValues Tumbledryer 2022| Value in € | Traditional Sales | Exemplarisches Fallbeispiel



54 A-KUNDEN in Regionen mit dem größten Marktvolumen

EURONICS	40211	Düsseldorf	Worringer Str. 8
ElectronicPartner	44369	Dortmund	Rahmer Str. 67
MediaMarkt	44149	Dortmund	Wulfshofstr. 6-8

...

NOTE

HOHES MARKTVOLUMEN
=
VIEL PROMOTION

© GfK

Die Geo+SalesValues auf einen Blick

Fact Sheet

- Quantifizierte regionale Absatzpotenziale in Menge & Wert
- Objektivierte Markteinschätzung
- Marktorientierte Priorisierung von Handelspartnern
- ”Richtiger” Einsatz von Vertriebs- & Marketing Ressourcen
- Von National bis Lokal - Konsistente Datenstruktur für Ihren Vertrieb
  (Basierend auf den nationalen Analysen des GfK POS-Panels)

FACTS	
PRODUKT	Focus: MDA, SDA, CE
KANAL	Traditional Sales | Elec. Retailer | DIY Superstores | Drugstores | Supermarkets | Furnishing Retailer | Hypermarkets
FACTS	Value | Volume | ø Price [000], [%], Index
EBENE	2-digit Postcodes | Districts
LAND	Europa (Core-Märkte)

© GfK

Growth from Knowledge

BENEFITS

SO PROFITIEREN SIE VON Geo+SalesValues

Partner konstantieren eine Verbesserung der Kosten-Umsatz-Relation im Außendienst von bis zu 10%

Benefits

Anzahl Kundenbesuche

Neukundengewinnung

Kundenzufriedenheit

Umsatz/Absatz je Besuchskunde

Return of Sales up to +10%

© GfK

Growth from Knowledge

GfK Studie Gebietsplanung

Wir würden uns freuen, wenn Sie sich 5 Minuten nehmen und an unserer Befragung zum Thema Gebietsplanung teilnehmen. Aus den Ergebnissen erstellen wir eine Studie zum Thema. Die Ergebnisse werden wir Ihnen als Studienteilnehmer als Erstes zukommen lassen. Zur Befragung gelangen Sie einfach durch Scannen des QR-Codes oder unter folgendem Link:
www.gfk-geomarketing.de/umfrage

gfk.com/geomarketing-de

Growth from Knowledge

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

GERMANY

Oliver Giehsel

Sen. Consultant | Geomarketing

+49 911 395 4253

Oliver.Giehsel@gfk.com

www.gfk.com/geomarketing-de