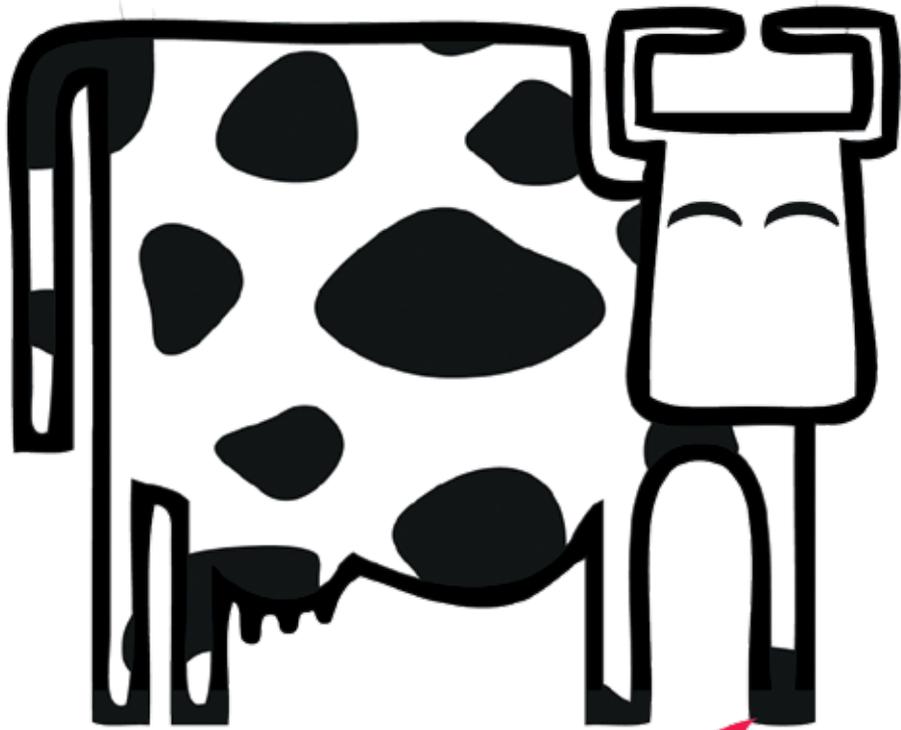


VENDING

report



FleXoco®
Wonderful Drinks



„DIE NEUEN MÖGLICHKEITEN DER TOUREN-PLANUNG, -DISPOSITION UND ABWICKLUNG SOWIE MAXIMALE OPTIMIERUNG“

Heute fokussieren wir das Thema „Tourenoptimierung“. Die Orendi Academy sucht nach Optionen auf dem US-Markt.



Stephan Meiringer
B.I.T. soft,
Geschäftsführer



Siegfried F. Orendi
Orendi Academy

Coach, Trainer und Berater über 30 Jahre Erfahrung auf dem nationalen und internationalen Markt.

„Die Route des Operators zu planen kann erfolgreich sein oder nicht. Aber im Endeffekt wird es den Gewinn, für den wir arbeiten, dann nicht geben, wenn die Route nicht gut geplant ist. Ein Vending-Unternehmen hat üblicherweise die Wahl zwischen festen Routen und dynamischen Versandwegen.“

Da ich den vergangenen NAMA Rundgang mit Stephan Meiringer erlebt habe kommen wir ins Gespräch und siehe da, was ist unser Thema: Tourenplanung-Tourenoptimierung-Tourendisposition und Tourenabwicklung.

„Heute gilt vermehrt: Kosten reduzieren, Prozesse automatisieren.“ Leider ist die Umsetzung sehr oft eine enorme Herausforderung für die Zielgruppe.

In manchen Unternehmen der Vending-Branche scheint es nahezu nicht machbar. Egal ob „haben wir schon immer so gemacht“ oder „das lässt sich bei uns in keinem Fall umsetzen“ – Operator-Argumente dagegen gibt es sehr viele. Aber leider bleiben dann auch die ganz großen Einsparpotentiale ungenutzt, unentdeckt.

Natürlich werden dann Kosten produziert, welche sich im Übrigen vielfach vermeiden lassen. Herr Meiringer und ich fühlten uns mit diesem Thema am Puls der Zeit. Ja, ich erlebe das Vending-Unternehmen, welche dieses Optimierungspotential nicht nutzen und im Vergleich zu ihrem Wettbewerb die wesentlich geringeren Margen realisieren. Diese reservierte Vorgehensweise kann langfristig ganz sicher eine existenzielle Bedeutung für Unternehmer haben.

Schwarzmalen hilft jedoch nicht – also lass uns heute mal darüber nachdenken was man tun kann.

Ein Ansatz neben einer Tourenzusammenstellung die nächsten Einsätze entsprechend vorzuplanen, um sukzessive

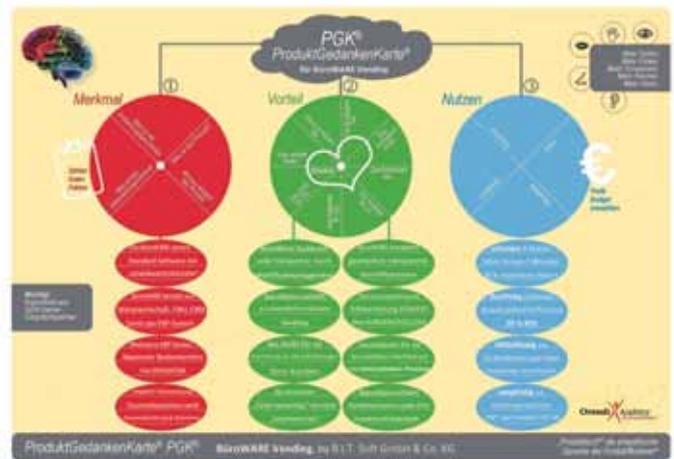
Verbesserungsmöglichkeiten erkennen zu können. Denn hier besteht die Option den Plan mit dem Tatsächlichen „wie wird die Tour gefahren“ auch vergleichen zu können.

Zudem lassen sich in einen nächsten Schritt Touren „disponieren“, denn wenn ich die Befüllung oder benötigte Servicetermine nach Intervallen planen und vorbereiten kann, kann ich diese auch terminieren und entsprechend verfügbares Personal besser auslasten. Ebenso stellt sich die Frage nach Dokumentation und Aufzeichnungen – ein heißes Thema. Natürlich kann ich mit dem Scanner alle Schächte scannen, oder auch auf Papier und Lieferschein, Pappkarte oder Befüllzettel notieren, was befüllt oder gemacht wurde. Perfekt gelingt dies, wenn ich auf einer nach planerischer Arbeit optimierten Tour nur noch am Tablet oder Smart-Phone einfache Dinge festhalten, die Kundenunterschrift „elektronisch“ festhalten und sich hieraus ein „digitaler Service- oder Befüllbeleg“ im System generiert, bei dem ich entscheiden kann (oder wenn es bereits feststeht) wie berechnet oder verbucht wird. Und das Beste ist: mein Kunde bekommt direkt nach Erfassung vor Ort eine PDF Kopie der Lieferung oder Leistung mit seiner Unterschrift.

Natürlich ist diese Umsetzung nun doch von einigen Faktoren abhängig. Danach kann es ganz einfach sein – konzeptuell

die Rahmenbedingungen festzulegen, entsprechende EDV Infrastruktur zu schaffen, Mitwirkende einzubinden, neue Wege anzukündigen und den Erfolg einer weiteren Optimierung angegangen zu sein.

Das gemeinsame Gespräch von Herr Meiringer und mir haben wir dann wie folgt in der „ProduktGedankeKarte®-PGK®“ zusammengefasst.



PGK® für BüroWare-Vending® Orendi Academy, fördern Sie diese per info@orendi-academy.de oder info@bit-soft.de an.

Herzlichst
Siegfried F. Orendi

Spechen Sie Produktisch®

Die emphatische Sprache der Produktflüsterer® Besser verkaufen mit den „Botschaften Ihrer Produkte“
www.orendi-academy.de