

Von regionalen Umsatzpotenzialen zur neuen Vertriebsstruktur

Ausgangssituation

V-ZUG – ein führender Hersteller von Haushaltsgeräten – sah sich mit der Aufgabe konfrontiert, die Vertriebsgebiete und Händlernetzwerke für Küchengeräte effizienter zu gestalten. Dabei standen folgende zentrale Fragen im Fokus:

- Wo liegen die Umsatzpotenziale für V-ZUG-Küchengeräte?
- Wird dieses Potenzial vollständig ausgeschöpft?
- Werden die umsatzstärksten Händler von den Außendienstmitarbeitern regelmäßig besucht und gibt es weitere potenzielle Handelspartner?

- Sind die Außendienstgebiete optimal strukturiert und welche Stärken und Schwächen weisen sie auf?

Ansatz

Für die Analyse standen bestehende Außendienstgebiete mit den Wohnorten der Außendienstmitarbeiter, eine Händlerliste mit Umsatzwerten der letzten zwei Jahre sowie Besuchsdaten zur Verfügung. Um die genannten Fragestellungen zu beantworten, wurden verschiedene Geomarketing-Lösungen eingesetzt.

Geomarketing-Lösungen:



März:
Kick-off &
Geo+SalesTerritories

Mai:
Geo+SalesValues &
Geo+SalesTerritories

Juli:
Geo+DistributionPartners
& Geo+SalesTerritories

„Aufgrund der engen Zusammenarbeit mit NIQ-GfK verstehen wir nun die Marktgegebenheiten und können vorhandene Potenziale identifizieren. Somit haben wir die Möglichkeit, unsere Aktivitäten noch gezielter auszurichten und unseren Partnern mehr Support zu ermöglichen.“

Patric Schleicher, Business Development Director

- Mit **Geo+SalesValues** wurden die Umsatzpotenziale verschiedener V-ZUG-Produktkategorien ermittelt.
- Durch **Geo+DistributionPartners** wurden bestehende V-ZUG-Händler sowie neue, potenzielle Händler basierend auf diversen soziodemografischen Variablen im Einzugsgebiet, welche die Zielgruppe von V-ZUG abbilden, bewertet.
- Mit **Geo+SalesTerritories** konnte eine detaillierte Analyse der aktuellen Außendienstgebiete durchgeführt werden.

Ergebnis

Mit Hilfe der Geomarketing-Lösungen von NIQ-GfK konnten die Marktpotenziale auf Ebene der zweistelligen Postleitzahlen präzise erfasst werden. V-ZUG bekam eine Liste mit über 1.000 Händlerstandorten, inklusive detaillierter Bewertungen und Einzugsgebietsanalysen. Zusätzlich wurden verschiedene Karten entwickelt, die sowohl die bestehenden V-ZUG-Strukturen als auch die neu berechneten Potenziale eindrucksvoll visualisieren. Diese Erkenntnisse ermöglichten es dem Unternehmen, seine Vertriebsgebiete gezielt zu optimieren und die vielversprechendsten Händler effektiv anzusprechen. Dies führte zu einer gesteigerten Marktdurchdringung und einem höheren Umsatz.

Über V-ZUG

V-ZUG AG ist ein führender Hersteller von Haushaltsgeräten mit Sitz in Zug in der Schweiz. Gegründet im Jahr 1913, hat sich das Unternehmen von einer Verzinkerei zu einem innovativen Anbieter von Küchen- und Waschraumgeräten entwickelt. V-ZUG ist bekannt für seine hochwertigen und langlebigen Produkte, die durch verantwortungsvolle und klimaneutrale Fertigungsprozesse hergestellt werden.

Über NIQ-GfK

Seit 90 Jahren vertrauen uns Kunden auf der ganzen Welt, denn wir beantworten datenbasiert zentrale Fragen für ihre Entscheidungsprozesse. Wir unterstützen ihr Wachstum durch unser umfassendes Verständnis des Kaufverhaltens und der Dynamiken, die Märkte, Marken und Medientrends beeinflussen.