

STRATEGISCHE TOURENPLANUNG

BLAUPAUSE FÜR RENTABILITÄT



*Den Wert fortlaufender
Tourenumplanung im Liefernetz*



KAPITEL

Beste Praktiken strategischer
Tourenplanung

Herausforderungen in der
Distribution wecken Bedürfnisse

Chancen nutzen

Prozess fördert Effizienz und
Kosteneinsparungen

Vorteile einer fortlaufenden Tourenplanung

Hindernisse für den Erfolg der
Tourenplanung

Funktionierende Tourenplanung für Ihr
Unternehmen

Richtlinien für strategische
Tourenplanung



Beste Praktiken für Distributionsoptimierung und Wettbewerbsdifferenzierung

Im gegenwärtigen Klima steigender Kundenerwartungen und des Wettbewerbsdrucks zur Differenzierung des Serviceangebots stehen distributionsorientierte Unternehmen vor der Herausforderung, mit einem noch nie dagewesenen Maß an Effizienz und Service zu liefern.

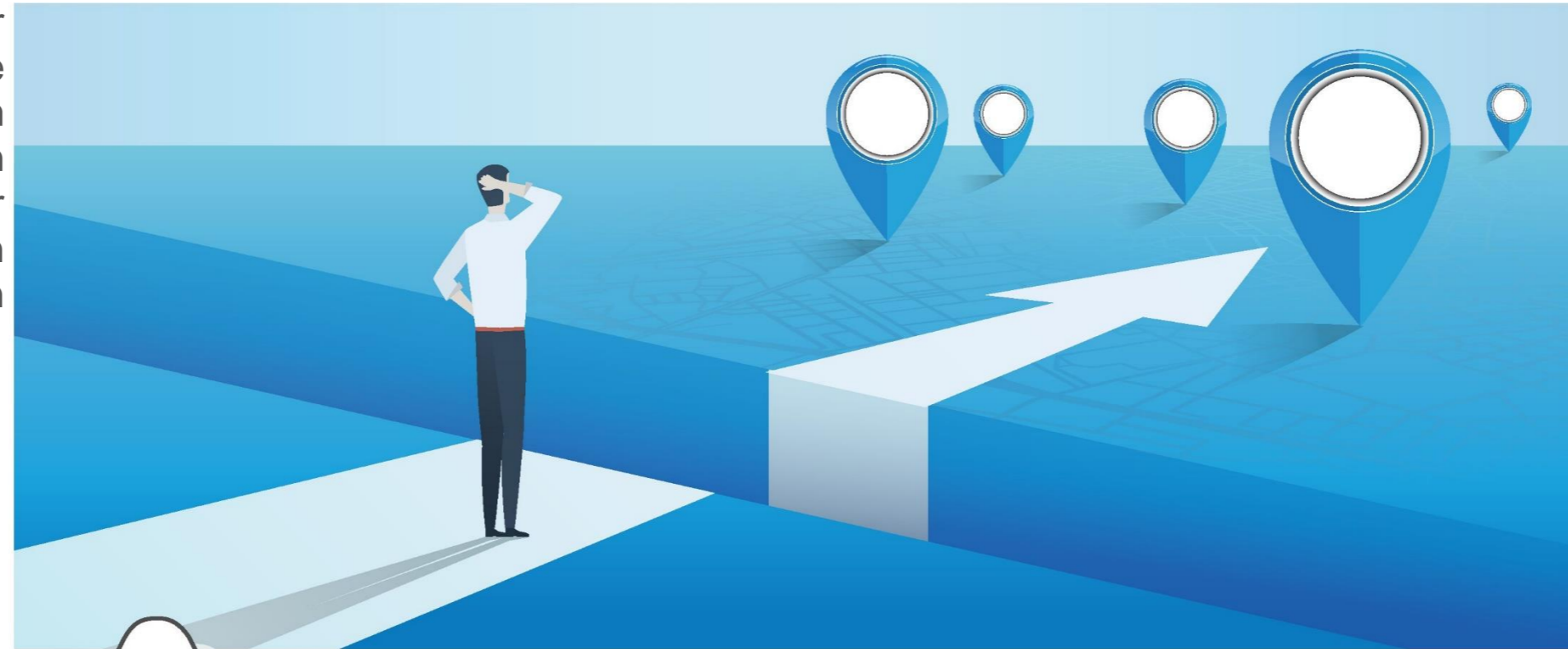
Während die Welt immer dynamischer wird, haben viele distributionsorientierte Unternehmen Schwierigkeiten, mit dem Wandel Schritt zu halten. Durch den Einsatz veralteter und ineffizienter Hauptrouten oder statischer Routen werden Gewinne geschmälert und ein minderwertiger Kundenservice geboten.

MANUELLES ROUTING

Hauptrouen manuell zu planen ist ein sehr komplexes und zeitfressendes Vorhaben. Als Ergebnis werden Touren nicht so oft umgeplant, wie sie sollten, was zu Lasten von Effizienz und Kundenservice geht.

WIE STELLEN SIE FEST, WANN VERZÖGERUNGEN AUF DER HAUPTROUTE AUFTRETEN

Wir untersuchen, wie beste Praktiken eines fortlaufenden strategischen Tourenplanungsprozesses und regelmäßige Umplanungen des Liefernetzes die Liefereffizienz zur Zufriedenheit von Kunden und Fahrern fördern und Kosten senken können.



MACHBARKEIT DER TOURENUMPLANUNG

Lässt Ihr Unternehmen seine Kunden mit ineffizienten Hauptrouten im Stich, die seit Jahren nicht aktualisiert wurden? Wann haben Sie das letzte Mal Ihr Liefernetz umgeplant?

KAPITEL

Beste Praktiken strategischer Tourenplanung

Herausforderungen in der Distribution wecken Bedürfnisse

Chancen nutzen

Prozess fördert Effizienz und Kosteneinsparungen

Vorteile einer fortlaufenden Tourenplanung

Hindernisse für den Erfolg der Tourenplanung

Funktionierende Tourenplanung für Ihr Unternehmen

Richtlinien für strategische Tourenplanung

Herausforderungen in der Distribution wecken den Bedarf an Umplanungen des Liefernetzes

TOURENUMPLANUNGEN HELFEN UNTERNEHMEN, SICH AN HERAUSFORDERUNGEN DER BRANCHE ANZUPASSEN SOWIE EINE EFFIZIENTE RESSOURCENNUTZUNG UND EINE WIRTSCHAFTLICHE TOURENPLANUNG ZU GEWÄHRLEISTEN

Das heutige, von Veränderungen und Umwälzungen im gesamten Distributionssystem geprägte Geschäftsumfeld erfordert regelmäßige Umplanungen der Liefernetze. Sie helfen Unternehmen, sich an die Herausforderungen der Branche anzupassen und gewährleisten die effizienteste Nutzung von Ressourcen und die wirtschaftlichsten Routen. Selbst kleine Änderungen können Effizienz und Rentabilität eines Haupttroutenplans untergraben.

[Klicken Sie hier und erfahren Sie mehr über unsere vollständig integrierten Mobil- und Telematiklösungen für den Flottenbetrieb](#)



Veränderter Kundenstamm

Der Kundenstamm verändert sich im Laufe der Zeit unweigerlich, sowohl durch Fluktuation als auch durch die Akquisition neuer Kunden. Auch die Kundenbedürfnisse ändern sich, z. B. durch steigende oder sinkende Bestellmengen oder die Forderung nach einem alternativen regelmäßigen Liefertag. Diese Veränderungen wirken sich auf die Lieferstrategien aus und werfen Fragen nach Kosteneffektivität und Effizienz bestehender Haupttroutenpläne, Standorten von Distributionszentren (DZ) und Servicepolitik auf.



Fusionsfolgen

Angesichts des hohen Anteils an privatem Beteiligungskapital auf dem derzeitigen Markt kommt es regelmäßig zu Fusionen und Übernahmen; viele distributionsorientierte Unternehmen wandeln sich von kleinen Personengesellschaften zu größeren, durch Beteiligungskapital finanzierten Unternehmen. Infolgedessen müssen die Unternehmen ihre Vertriebsstrategien und Tourenpläne anpassen, damit sie größere Gebiete, höhere Liefermengen und die Logistik für die Zusammenlegung von Lieferbetrieben bewältigen.

Selbst kleine Änderungen können Effizienz und Rentabilität eines Haupttroutenplans untergraben.



Sich ändernde Kundenservice-Politiken

Als Reaktion auf den Wettbewerbsdruck müssen Unternehmen ständig nach Möglichkeiten suchen, den Kundenservice zu verbessern, indem sie sich an sich entwickelnde Kundenbedürfnisse und -erwartungen anpassen. Wollen sie beispielsweise ihren Service optimieren und bewerten dazu die Zustellhäufigkeit für Kunden mit hohem bzw. niedrigem Volumen, kann das zu Änderungen der Kundendienststrichtlinien führen. Umsatzwachstumsstrategien und Kostendruck führen auch zu Reformen, die sich auf die Tourenplanung auswirken. Umsatzwachstumsstrategien und Kostendruck führen auch zu Reformen, die sich auf die Tourenplanung auswirken.



Erhebliche Mengenschwankungen

In vielen Unternehmen kommt es zu erheblichen saisonalen Nachfrageschwankungen, insbesondere während der Herbst- und Winterferienzeit. Unternehmen müssen Distributions- und Personalstrategien entwickeln, womit sie das steigende Liefervolumen während der Hochsaison bewältigen, ohne den Kundenservice zu beeinträchtigen, und gleichzeitig die Rentabilität während des gesamten Jahres aufrechterhalten.

KAPITEL

Beste Praktiken strategischer Tourenplanung

Herausforderungen in der Distribution wecken Bedürfnisse

Chancen nutzen

Prozess fördert Effizienz und Kosteneinsparungen

Vorteile einer fortlaufenden Tourenplanung

Hindernisse für den Erfolg der Tourenplanung

Funktionierende Tourenplanung für Ihr Unternehmen

Richtlinien für strategische Tourenplanung

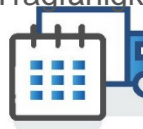
Chancen nutzen

Die regelmäßige Neuausrichtung des Liefernetzes versetzt Unternehmen in die Lage, schnell und mühelos die Auswirkungen von Wachstumschancen, neuen Lieferszenarien und möglichen geschäftlichen oder branchenspezifischen Änderungen auf die Effizienz von Touren, die Kosteneffizienz und den Kundenservice zu beurteilen.



DZ-Standort und veränderte Fähigkeiten

Wenn Unternehmen wachsen und expandieren, müssen sich ihre Distributionsstrategien weiterentwickeln. Befinden sich Ihre Distributionszentren am optimalen Standort für minimale Kosten und maximale Liefereffizienz? Müssen Sie ein weiteres DZ einrichten, damit Sie den von Ihren Kunden erwarteten Service aufrechterhalten können? Wie würde sich das Angebot neuer, vom vorhandenen DZ erbrachter Dienstleistungen auf das Betriebsergebnis auswirken? Eine Neuausrichtung des Liefernetzes gibt Aufschluss über die Auswirkungen und die wirtschaftliche Tragfähigkeit möglicher Szenarien.



Änderungen von Fahrer-Dienstplänen und Vergütungssystemen

In einem wettbewerbsintensiven Umfeld kann sich Ihr Unternehmen von der Konkurrenz abheben, wenn Sie verstehen, wie sich Fahrer-Dienstpläne und Vergütungssysteme auf Effizienz und Betriebskosten auswirken. Würden Änderungen von Arbeitsbeginn und -ende oder andere Fahrer-Vergütungssysteme die Produktivität steigern? Sollten Sie zur Deckung des Lieferbedarfs mehr Überstunden zulassen? Ohne Instrumente, mit denen sich die Auswirkungen möglicher Änderungen von Dienstplänen und Entlohnung der Fahrer auf die Haupttrouten abschätzen lassen, agieren Unternehmen im Blindflug.



Neue Geschäftsmodelle und Dienstleistungen

Wollen Unternehmen schnell und effektiv auf Marktveränderungen reagieren, können sie neue Geschäftsmodelle einführen oder zusätzliche Dienstleistungen anbieten, was sich auf die bestehenden Distributionsstrategien und Tourenpläne auswirkt. Simulieren sie die Umgestaltung ihres Liefernetzes, dann verstehen sie beispielsweise den Einfluss neuer Dienstleistungen bestehender Distributionszentren auf die Kosten oder können die finanzielle Tragfähigkeit von Touren bei erhöhter Lieferfrequenz einschätzen.



Neue Möglichkeiten von Lieferfahrzeugen

Wie würden sich größere Lkw mit Platz für zusätzliche Paletten auf Produktivität und Routeneffizienz auswirken? Können einige Regionen nun effizient mit weniger Fahrzeugen abgedeckt werden? Ein fortlaufender strategischer Tourenplanungsprozess ermöglicht es Unternehmen, Szenarien mit verschiedenen Lieferfahrzeugen zu bewerten und die effizientesten Routenpläne zu ermitteln.



Potenzielle Übernahmen

Unternehmen, die eine Übernahme planen, müssen ihre finanziellen Hypothesen bestätigen und die Größenvorteile, die sich aus der Zusammenlegung von Zustellbetrieben ergeben, vollständig verstehen. Wie wirkt sich die Erweiterung um neue Regionen und einen größeren Kundenstamm auf die Effizienz aus? Wie viel Geld kann durch die Zusammenlegung von Flotten und Depots eingespart werden? Als Teil des Strategiebewertungsprozesses eines Unternehmens liefert die Tourenplanung Informationen für Übernahmeentscheidungen, weil sie einen Einblick bietet, wie sich die Zusammenlegung von Flotten und Depots auf die Routeneffizienz und die Liefer-Servicelevel auswirkt.

Die Hebelwirkung strategischer Tourenplanung kann die Produktivität deutlich erhöhen und Betriebskosten minimieren, wenn ein Unternehmen sein Liefermodell ändert und neue Lieferdienstleistungen anbietet.

KAPITEL

Beste Praktiken strategische Tourenplanung

Herausforderungen in der Distribution wecken Bedürfnisse

Chancen nutzen

Prozess fördert Effizienz und Kosteneinsparungen

Vorteile einer fortlaufenden Tourenplanung

Hindernisse für den Erfolg der Tourenplanung

Funktionierende Tourenplanung für Ihr Unternehmen

Richtlinien für strategische Tourenplanung

Strategischer Tourenplanungsprozess fördert Effizienz und Kosteneinsparungen

Strategische Tourenplanung in Aktion: Servicelevels auf neuem Höchststand

Ein bedeutender Großhändler für Automobil-, Elektro- und Industrieprodukte sowie Industriedienstleistungen mit 30 Niederlassungen und einer Lieferflotte mit mehr als 100 Fahrzeugen nutzte die strategische Tourenplanung zur Produktivitätssteigerung und Betriebskostensenkung, indem er sein Liefermodell änderte und neue Lieferdienstleistungen einführte.

DIE HERAUSFORDERUNG



Der Großhändler beliefert eine große, überwiegend ländliche Region, in der die Kosten für ineffiziente Touren und verpasste Anschlussfahrten deutlich höher sind als in einem städtischen Gebiet. Als Reaktion auf die steigenden Kundenerwartungen wollte das Unternehmen sein Vertriebsmodell so umstellen, das es mehrere Zustellrunden anbieten und die Zustellung am selben Tag ermöglichen konnte, ohne Kompromisse bei Effizienz oder Kundenservice einzugehen. Aufgrund ineffizienter manueller Tourenplanungsprozesse hatte der Großhändler nur begrenzten Einblick in die Optimierungsmöglichkeiten seiner Routen, um die gewünschten geschäftlichen Veränderungen bestmöglich umzusetzen, sowie keine Echtzeit-Visualisierung des Standorts oder der Leistung seiner Fahrer.

DIE LÖSUNG



Dank eines fortlaufenden strategischen Tourenplanungsprozesses war der Großhändler in der Lage, die Folgen für die Distribution zu verstehen, wenn er seinen Kunden eine Option „taggleiche Lieferung“ anbieten und sein Modell auf mehrere Zustellrunden umstellen würde. Mithilfe automatischer Tourenplanungstools optimierte das Unternehmen seine Haupttrouten, um die Effizienz zu steigern, die Produktivität der Fahrer zu erhöhen und die Kosten zu senken. Zudem garantiert die Echtzeit-Visualisierung korrekte und zeitnahe Daten über den Auftragsstatus und den Fahrerstandort, wodurch sich das Kundenerlebnis verbessert hat

ERGEBNISSE



Mit effizienten optimierten Touren kann der Großhändler zwischen 100 und 300 zusätzliche Bestellungen pro Tag ausliefern. So kommt er täglich auf 2.100 bis 2.200 Lieferungen in einer Region, die mit rund 22.500 Quadratkilometern größer ist als das deutsche Bundesland Hessen ist.



Eine optimierte Tourenoptimierung und ein disziplinierter Ansatz bei der Zustellung senkte die Kraftstoffkosten um bis zu 28 Prozent.



Die flexibleren Distributionsabläufe stellen sicher, dass die Kunden ihre Bestellungen nun innerhalb von maximal einem halben Tag vom Auftragseingang bis zur Auslieferung erhalten.

KAPITEL

Beste Praktiken strategische Tourenplanung

Herausforderungen in der Distribution wecken Bedürfnisse

Chancen nutzen

Prozess fördert Effizienz und Kosteneinsparungen

Vorteile einer fortlaufenden Tourenplanung

Hindernisse für den Erfolg der Tourenplanung

Funktionierende Tourenplanung für Ihr Unternehmen

Richtlinien für strategische Tourenplanung

Vorteile einer fortlaufenden strategische Tourenplanung

Vom Wettbewerb

- Auf Veränderungen auf dem Markt oder im Unternehmen schnell und intelligent reagieren
- Die Distributionsstrategie zur Bewältigung saisonaler Nachfragespitzen einfach und effizient anpassen
- Mögliche Auswirkungen von Fusionen und Übernahmen auf die Routeneffizienz und die Betriebskosten verstehen

Den Kundenservice durch schnelle, strategische Anpassung an sich entwickelnde Kundenerwartungen verbessern

Zeit sparen

- Zeitraubender manueller Prozess
- Distributionsprozesse zur Produktivitätssteigerung perfektionieren
- Interne Ressourcen optimieren
- Benchmarking der Fahrerleistung im Vergleich zu Branchenstandards, um die Produktivität zu steigern

Transportkosten im Auge behalten

- Lieferkosten durch ständige Effizienzverbesserung anhand von Benchmarking, Optimierung und der Analyse von Daten aus der Praxis senken
- Zurückgelegte Kilometer zur Senkung der Kraftstoffkosten minimieren
- Fahrerarbeitszeiten durch Vergleich der tatsächlichen Leistung mit dem ausgearbeiteten Plan verringern

Kundenservice verbessern

- Lieferservice durch optimierte Tourenplanung optimieren
- Einschränkungen des Unternehmens und Kundenspezifikationen berücksichtigen (z. B. Lieferzeitfenster)
- Lieferzeitfenster des Kunden verkleinern und die Zahl der pünktlichen Zustellungen erhöhen
- Echtzeit-Visualisierung des Fahrerstandorts mit GPS-basierter mobiler Verfolgung nutzen

Die regelmäßige Umplanung eines Liefernetzes kann ein äußerst wertvoller Prozess sein, der die Kosten des Unternehmens senkt, zur Feinabstimmung des Netzes für einen besseren Kundenservice beiträgt und Ihnen hilft, die Auswirkungen potenzieller Änderungen am Distributionsnetz zu verstehen, bevor sie umgesetzt werden.


KAPITEL

Beste Praktiken strategischer Tourenplanung

Herausforderungen in der Distribution wecken Bedürfnisse

Chancen nutzen

Prozess fördert Effizienz und Kosteneinsparungen

 Vorteile einer fortlaufenden Tourenplanung

Hindernisse für den Erfolg der Tourenplanung

Funktionierende Tourenplanung für Ihr Unternehmen

Richtlinien für strategische Tourenplanung

Hindernisse für den Erfolg der strategische Tourenplanung

Tatsächliche und vermeintliche Hindernisse, die Unternehmen abschrecken

Warum führen Unternehmen angesichts der umfangreichen Vorteile einer fortlaufenden strategischen Tourenplanung keine regelmäßigen Umplanungen des Liefernetzes durch? Was hindert distributionsorientierte Unternehmen an der Umsetzung fortlaufender strategischer Tourenplanungsprozesse?

Mehrere tatsächliche und vermeintliche Hindernisse halten gutwillige Unternehmen davon ab, die konsistente Liefereffizienz und das Servicelevel zu erreichen, das fortlaufende Umplanungen der Liefertouren bieten:

- Mangelndes Fachwissen
- Daten sind ein einziges Chaos
- Tools sind zu kompliziert
- Tabellenkalkulationen sind unzureichend
- Mühsame, zeitaufwendige Arbeit
- Spezielles Personal zu teuer
- Ein Netz, das sich schnell anpasst, um Marktchancen zu ergreifen



KAPITEL

Beste Praktiken strategischer Tourenplanung

Herausforderungen in der Distribution wecken Bedürfnisse

Chancen nutzen

Prozess fördert Effizienz und Kosteneinsparungen

Vorteile einer fortlaufenden Tourenplanung

Hindernisse für den Erfolg der Tourenplanung

Funktionierende Tourenplanung für Ihr Unternehmen

Richtlinien für strategische Tourenplanung

Funktionierende strategische Tourenplanung

Die manuelle Planung von Haupttrouten ist eine komplexe, fachspezifische und zeitaufwendige Aufgabe, mit der sich viele Distributionsunternehmen überfordert fühlen. Infolgedessen bleiben Haupttrouten und statische Routen jahrelang unangetastet, wobei die Fahrer die Touren vor Ort nach eigenem Ermessen anpassen.

Wann hat Ihr Unternehmen das letzte Mal eine Umplanung des Liefernetzes vorgenommen? Zahlen Ihre Kunden den Preis für ineffiziente, überholte Routen?

Wer auf dem sich schnell verändernden Markt von heute wettbewerbsfähig bleiben will, muss die strategische Tourenplanung regelmäßig und als integralen Bestandteil des gesamten Entwicklungsprozesses seiner Unternehmensstrategie durchführen. Neue Technologien und Tools können die mühsame manuelle Tourenplanung erleichtern und Ihr Unternehmen bei der fortlaufenden Überarbeitung Liefernetzes unterstützen. So sind eine durchgängige Routeneffizienz, Kostenkontrolle und ein hervorragender Kundenservice gewährleistet.

Zwei wichtige technologische Veränderungen machen die strategische Tourenplanung einfacher und dynamischer.

1. GPS-basierte mobile Verfolgung

Die mobile Verfolgung ist entscheidend für genaue Tourendaten und ein umfassendes Verständnis für die Abläufe in Ihrer Flotte. Da sich Ihr Unternehmen weiterentwickelt hat, folgen Ihre Disponenten und Fahrer den ursprünglichen Haupttrouten nicht mehr wie geplant, sodass Sie nicht in der Lage sind, Annahmen über Touren zu überprüfen. Die GPS-Verfolgung liefert genaue Echtzeitdaten für eine strategische Tourenplanungslösung und ermöglicht Ihnen, Tourenverläufe, Haltezeiten, Zustelldauer usw. besser zu verstehen.

2. Optimierung in einem Durchgang

Die herkömmliche Optimierungstechnologie zwang strategische Tourenplaner zu einem langwierigen mehrstufigen Ansatz, der eher einer Kunst als einer Wissenschaft glich.



KAPITEL

Beste Praktiken strategischer Tourenplanung

Herausforderungen in der Distribution wecken Bedürfnisse

Chancen nutzen

Prozess fördert Effizienz und Kosteneinsparungen

Vorteile einer fortlaufenden Tourenplanung

Hindernisse für den Erfolg der Tourenplanung

Funktionierende Tourenplanung für Ihr Unternehmen

Richtlinien für strategische Tourenplanung

Richtlinien für die Einführung eines fortlaufenden strategischen Tourenplanungsprozesses



Machen Sie einen Schlachtplan

Nachdem Sie festgelegt haben, wie Sie Ihre Kunden bedienen wollen, schaffen Sie eine solide Grundlage für Ihre Lieferungen: Optimieren Sie Ihre Gebiete und planen Sie effiziente Hauptrouten mithilfe automatisierter Tourenplanungstools und -technologien, sodass Sie die Servicekosten kontrollieren und das Servicelevel erhöhen.

Verpflichten Sie sich selbst zu regelmäßigen Umplanungen des Liefernetzes

Beste Praktiken erfordern eine kontinuierliche Analyse und Verfeinerung der Distributionsstrategien und -prozesse, damit sich operative Leistungen und Kundenservice verbessern. Nutzen Sie Ihre ursprüngliche Hauptroute und überprüfen Sie vorgeschlagene Änderungen auf der Basis geschäftlicher Entwicklungen.

Nutzen Sie GPS-Daten aus der Praxis für Ihre Distributionsstrategie

Strategische Tourenplanung ist mehr als nur ein Flottenmanagement-Tool: Es handelt sich um ein strategisches Unternehmensinstrument, das sowohl den Service als auch die Gewinnspannen durch datenbasierte Entscheidungsfindung erheblich verbessert, die Transportkosten senkt, die betriebliche Effizienz erhöht und die Lieferleistung verbessert.

Wer auf dem sich schnell verändernden Markt von heute wettbewerbsfähig bleiben will, muss die strategische Tourenplanung regelmäßig und als integralen Bestandteil des gesamten Entwicklungsprozesses seiner Unternehmensstrategie durchführen.

KAPITEL

Beste Praktiken strategischer Tourenplanung

Herausforderungen in der Distribution wecken Bedürfnisse

Chancen nutzen

Prozess fördert Effizienz und Kosteneinsparungen

Vorteile einer fortlaufenden Tourenplanung

Hindernisse für den Erfolg der Tourenplanung

Funktionierende Tourenplanung für Ihr Unternehmen

Richtlinien für strategische Tourenplanung

Über Descartes

Descartes (Nasdaq: DSGX; TSX: DSG) ist Weltmarktführer bei Lösungen für Software-as-a-Service on-demand, die darauf ausgerichtet sind, Produktivität, Leistung und Sicherheit logistikintensiver Unternehmen zu verbessern.

Mit unseren modularen Software-as-a-Service-Lösungen können Kunden Lieferressourcen routen, terminieren, verfolgen und messen; Sendungen planen, vergeben und verschicken; Transportrechnungen bewerten, prüfen und bezahlen; auf weltweite Handelsdaten zugreifen; Zoll- und Sicherheitsdokumente für Importe und Exporte einreichen sowie zahlreiche andere Logistikprozesse ausführen, indem sie an der weltweit größten, kollaborativen und multimodalen Logistikgemeinschaft teilhaben.

Unser Hauptsitz befindet sich in Waterloo, Ontario, Kanada, und wir haben Niederlassungen und Partner in der ganzen Welt.

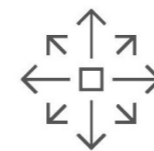
Erfahren Sie auf www.descartes.com, und bleiben Sie auf [LinkedIn](#) und [Twitter](#) mit uns in Verbindung.



The Descartes Systems Group Inc.
120 Randall Drive, Waterloo, Ontario, N2V 1C6,
Kanada, gebührenfrei 800.419.8495 | International
519.746.8110

www.descartes.com | info@descartes.com

Wir vereinen Menschen und Technologien, die unsere Welt bewegen



Netzwerk



Apps.



Inhalte.



Community.

© 2018, The Descartes Systems Group Inc. Alle Rechte vorbehalten.

KAPITEL

Beste Praktiken strategischer Tourenplanung

Herausforderungen in der Distribution wecken Bedürfnisse

Chancen nutzen

Prozess fördert Effizienz und Kosteneinsparungen

Vorteile einer fortlaufenden Tourenplanung

Hindernisse für den Erfolg der Tourenplanung

Funktionierende Tourenplanung für Ihr Unternehmen

Richtlinien für strategische Tourenplanung