

Einsatz von Geodaten als Instrument nachhaltiger Unternehmensführung in Vertrieb und Marketing-

Eine Analyse zur Optimierung von Außendienststrukturen

Stetiges weltweites Bevölkerungswachstum, steigender Konsum sowie die zunehmende Globalisierung führen dazu, dass die in unserer Umwelt vorhandenen natürlichen Ressourcen irgendwann erschöpft sein werden, wenn nicht gegengesteuert bzw. nachhaltig agiert wird. Diese Bachelorarbeit zielt darauf ab, Karten im Sinne der CO₂-Emission vertretbaren Vertriebstouren zu konzipieren und Optimierungsvorschläge für eine nachhaltige Unternehmensführung abzuleiten. Denn es werden in der Zukunft erhebliche Probleme und Konflikte im Bereich der CO₂-Emissionen auftreten.

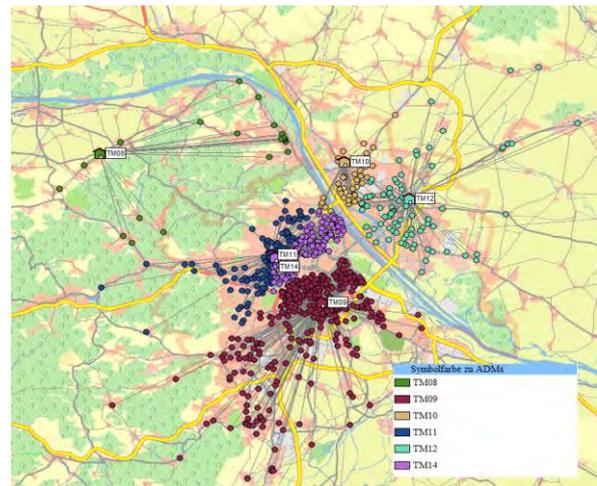


Die drei Säulen der Nachhaltigkeit

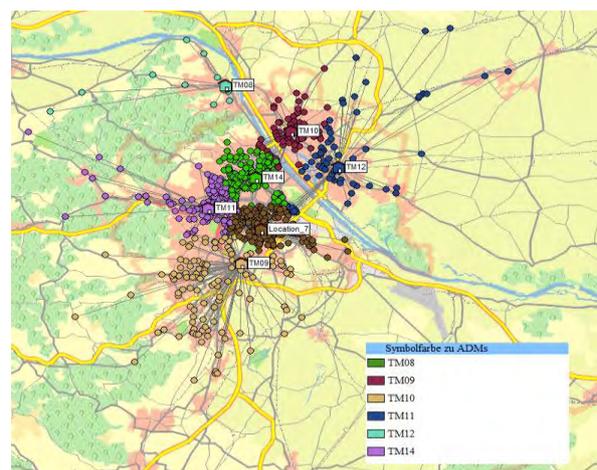
Dabei wurde mittels der Planungssoftware Map&Market von PTV eine Geoanalyse anhand von Beispielszenarien durchgeführt.

Map&Market umfasst alle Aspekte des Außendienstmanagements. Neben der Optimierung von Vertriebsgebieten unterstützt Map&Market, strategische und taktische Aufgaben. Wie in den Beispielszenarien die Mitarbeiterauslastung, Personaleinsatz- und Dispositionsentscheidungen (Tourenplanung).

Map&Market kalkuliert Szenarien und ermittelt den optimalen Fahrplan.



Die angewandten Methoden, die Auslastungsanalyse, Auslastung Ausgleich durch Distanz Berechnung, die Standortanalyse und der Tourenplanung erwiesen sich als detaillierte und zielführende Untersuchungen.



Wahrscheinlich treibt man heute schon auf eine Klimakatastrophe zu. Der Ressourcendruck verschärft sich von mehreren Seiten. Hinzu kommt, weltweit eine Bewältigung dieser Herausforderungen bisher nicht als zentrale Aufgabe geachtet werden.