

Création de nouvelles structures commerciales

Sectorisation commerciale, études de potentiels de zones et implantation réseau

Client : SONY RME

Industrie électronique

- » **Application** : PTV Map&Market
- » **Utilisation** : Optimisation de l'organisation des forces de vente, études de potentiels de zones, implantations et animations du réseau

SONY accorde sa confiance à la solution géomarketing de PTV

Grâce à sa croissance rapide, SONY Allemagne est très vite devenue numéro une sur le marché des supports d'enregistrement. La société dispose également de l'organisation commerciale la plus importante au sein du Groupe SONY Europe. L'unité commerciale Supports d'Enregistrement et Piles de SONY fabrique et distribue une large gamme de produits : CD, DVD, Clefs USB, cartes mémoires, batteries, chargeurs de piles et piles rechargeables... Tous ces produits sont répertoriés dans 800 points de vente en Allemagne. Ce service inclut également les produits de la marque AIWA. De ce fait, les territoires de vente doivent être gérés et organisés par un outil performant de géomarketing : SONY a choisi le logiciel PTV Map&Market.

Douze merchandisiers rendent régulièrement visite à leurs revendeurs tels que Saturn ou Media Market. Thomas Schütterle, Responsable des revendeurs de la Zone Ouest/Centre chez SONY Allemagne, explique : **« Pour organiser nos territoires de vente nous utilisons des punaises et des ficelles fixées sur une carte ! Cette opération constituait un gaspillage de temps considérable »**

Création simple et rapide d'une nouvelle structure commerciale

« Il y a 4 ans nous avons intégré le logiciel de géomarketing professionnel PTV Map&Market dans le cadre de notre première réorganisation des forces de vente. Les procédures de vente sont alors devenues très simples. Le logiciel nous a permis de déterminer notre structure de vente optimale, la meilleure implantation possible et d'identifier de nouvelles opportunités commerciales » commente Thomas Schütterle. **« Le logiciel PTV Map&Market est un outil d'analyse performant. »**

De ce fait, la réorganisation courant 2003 a été un réel succès. **« Dans un premier temps, nous avons importé nos données clients depuis le système SAP et présenté la situation en cours de notre unité commerciale. L'import des données fut très simple »** précise Thomas Schütterle.

3 nouvelles surfaces de vente ont ainsi été ajoutées aux zones existantes. L'organisation des territoires de vente prend en considération le potentiel client existant et à venir en tenant compte des futures extensions de route. Les résultats sont extrêmement satisfaisants.

L'organisation des forces de vente gagne l'international

Le déplacement commercial est de plus en plus court améliorant ainsi le service client comme le potentiel commercial. Le programme prend en compte de nombreuses contraintes dans ses calculs comme par exemple les distances à parcourir, les temps de conduite ou bien encore les coûts. **« L'organisation des zones commerciales en Allemagne n'est qu'un début, »** explique Thomas Schütterle. **« Nous avons également l'intention de restructurer nos territoires de vente en Autriche et en Suisse avec l'aide de l'outil PTV Map&Market. »**



Une solution remarquable

Thomas Schütterle est vraiment ravi : **« PTV Map&Market est un outil remarquable. L'utilisation du système s'est rapidement révélée payante. Le calcul de divers scénarios basé sur les données en cours est un précieux allié. Nous sommes aujourd'hui capables de trouver facilement la meilleure solution. Ceci n'aurait pas été possible avec une simple carte. »**