



## Identifikation auffälliger Zustellbezirke

Das ZVI-Messverfahren der Zielpunkt-Marketing

[ *Welche Zustellbezirke werden schlecht verteilt?* ]



## Ausgangssituation

An jedem Zustelltag sind viele Aufgabenträger beteiligt, um den letzten „Logistik-Kilometer“ auf dem Weg in die Briefkästen zu bedienen.

Viele Personen mit vielen Übergabepunkten erzeugen systembedingt viele Fehlermöglichkeiten.

Gegenmaßnahmen des Vertriebs verpuffen, wenn sie nicht an den richtigen Stellen ansetzen.

## Zielstellung

- Identifikation von Zustellbezirken mit schlechter Zustellung
- Beurteilung der Arbeits- und Führungsqualität der Zusteller-Betreuer
- Preiswertes Messverfahren, um viele Zustellbezirke beobachten zu können

## Methodische Grundlage

- Zufallsstichprobe je Zustellbezirk
- Kombination von statistischen Verfahren mit Wahrscheinlichkeitsbetrachtungen

## Erfahrungsspektrum

- Konzeptionelle Entwicklung im Jahr 2003 mit Unterstützung eines wissenschaftlichen Beirats
- Seit dem Jahr 2004 Durchführung von mehr als 450.000 Zustellbezirkmessungen





## Befragungsablauf

Für jeden Zustellbezirk wird dessen Zufallsstichprobe abtelefoniert bis drei „Ja“-Antworten verzeichnet werden konnten.

Spätestens nach 10 Interviews wird die Befragung beendet.

Zur Beurteilung der Zustellqualität wird die Kennziffer ZVI berechnet.

$$\text{ZVI} := \frac{\text{Anzahl „Ja“-Antworten}}{\text{Anzahl Interviews je Zustellbezirk}} \times 100$$

## Methodische Grundlagen

Ist in einem Zustellbezirk „gut“ bzw. „sehr gut“ verteilt worden, ist die Wahrscheinlichkeit, bei mehreren Anrufen kein oder wenige „Erhalten-Ja“ zu verzeichnen, niedrig.

Die Wahrscheinlichkeit, nach 10 Anrufen nicht 3 „Erhalten-Ja“ zu registrieren, ist so extrem niedrig (< 0,1%!), dass daraus auf eine schlechte Zustellung im Zustellbezirk geschlossen werden kann.



Positiv: 75 und 100

Neutral: 30 bis 60

Auffällig: 0, 10 oder 20

## Hauptnutzen: Identifikation von Zustellbezirken mit schlechter Zustellung

Personalstunden sind in jeder Ablauforganisation ein teures Gut.

Die ZVI-Messungen gewährleisten, dass die knappen Ressourcen an den richtigen Stellen eingesetzt werden!

Nach Abschluss der Messung wird für jeden Zustellbezirk der ZVI-Wert berechnet.

Alle Zustellbezirke, die keine 3 „Ja“ erreicht haben (ZVI-Werte von 20, 10 oder sogar 0) sind auffällig.

Bei diesen Zustellbezirken sollten die Optimierungsanstrengungen konzentriert werden, weil Verbesserungen bei diesen Zustellbezirken die größte Auswirkung auf die Gesamtleistung des Vertriebs haben.

Zu beachten ist, dass die Probleme zwar häufig aber nicht immer(!) in der Person des Zustellers begründet sind.

Schlechte Zustellergebnisse können u. a. in Schnittstellenfehlern (gelieferten Mengen), falschen Haushaltszahlen oder unsauberer Zustellbezirksabgrenzungen begründet sein.

Mögliche ZVI-Ausprägungen			
Lfd.Nr.	Anzahl "ja"	Anzahl Interviews	ZVI
1	3	3	100
2	3	4	75
3	3	5	60
4	3	6	50
5	3	7	43
6	3	8	38
7	3	9	33
8	3	10	30
9	2	10	20
10	1	10	10
11	0	10	0

ZB-Nr.	ja	nein	weiß nicht	Summe	ZVI
5567001	3			3	100
5567010	3			3	100
5567013	3			3	100
5567016	3			3	100
5567007	3	1		4	75
5567011	3	1		4	75
5567015	3	1		4	75
5567002	3	2		5	60
5567004	3		2	5	60
5567032	3	3		6	50
5567038	3	1	2	6	50
5567035	3	3	1	7	43
5567052	3	5	0	8	38
5567069	3	4	1	8	38
5567076	3	6	1	10	30
5567078	3	7	0	10	30
5567087	2	7	1	10	20
5567071	1	8	1	10	10
5567077	1	8	1	10	10
5567085	1	9	0	10	10
5567091	0	8	2	10	0
<b>Gesamt</b>	<b>53</b>	<b>74</b>	<b>12</b>	<b>139</b>	
	<b>DS. Notwendige Interviews :</b>				<b>6,619</b>



## Zusatznutzen der ZVI-Messungen: Bewertung der Arbeit der Zustellerbetreuer

Zustellerbetreuer, die direkten Ansprechpartner der Zusteller, werden in der Branche unterschiedlich bezeichnet (Beispiele: Gebietsleiter, Vertriebsinspektoren, Kontrolleur oder Agenturleiter).

Durch eine andere Darstellung der Ergebnisse kann direkt und ohne Mehrkosten auf die Leistung der Zustellerbetreuer geschlossen werden!

Die verwendete Kennziffer ist denkbar einfach: Über alle Zustellbezirke eines Zustellerbetreuers wird die Gesamtsumme geführter Interviews berechnet und durch die Anzahl der Zustellbezirke geteilt.

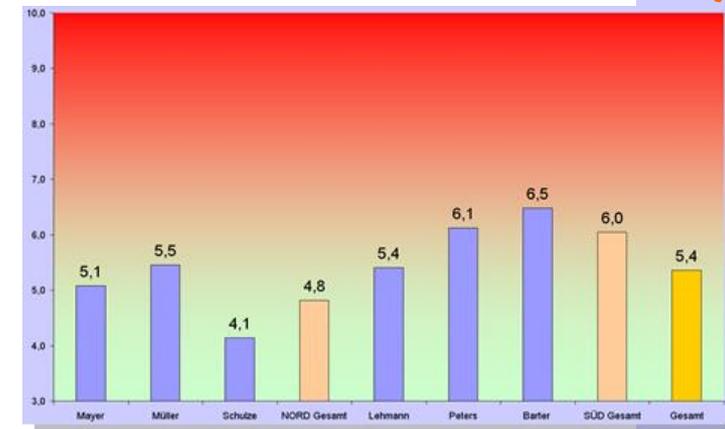
$$\text{DNI} := \frac{\text{Summe aller notwendigen Interviews aller Zustellbezirke}}{\text{Anzahl Zustellbezirke}}$$

Je näher diese DNI (Durchschnittlich notwendige Interviews) bei 3,0 liegen, um so besser ist die Leistung dieses Betreuers.

Umgekehrt zeugt ein hoher DNI-Wert (schlimmstenfalls 10,0) von einer Schlechtleistung.

Die Betreuer mit schlechten Ergebnissen müssen von der Vertriebsleitung am intensivsten betreut werden.

*Musterdaten*





## Online-Reporting

Die Ergebnisse der ZVI-Messungen werden übersichtlich im Internet über einen geschützten Zugang zur Verfügung gestellt.

Neben der tabellarischen Ansicht der Ergebnisdaten, werden die Ergebnisse auf Zustellbezirksebene auch kartographisch dargestellt.

Auf Wunsch können den jeweils betroffenen Gebietsleitern bzw. Teams deren Ergebnisse ebenfalls online verfügbar gemacht werden.



Agentur	DNI	Notwendige Interviews	Touren	ZVI-Verteilung	Karte
10	4,5	147	33	10 11 11 1	
JJK	ja	nein	wn	ZVI	Karte
1073	3	0	0	100	
1070	3	0	0	100	
1069	3	0	0	100	
1068	3	0	0	100	
1060	3	0	0	100	
1055	3	0	0	100	
1054	3	0	0	100	
1049	3	0	0	100	
1047	3	0	0	100	
1035	3	0	0	100	
1032	3	0	0	100	
1071	3	0	1	75	
1065	3	0	1	75	
1064	3	0	1	75	
1062	3	0	1	75	





# Online-Reporting

## Beispiel Online-Reporting inklusive Kartendarstellung

Zielpunkt-Marketing - Das Original seit 2002

Verteilstudien-Ergebnisse

Zum GRUPPIEREN Spaltenüberschriften hierher ziehen

Befragt am	Bewertung	Platz	Auftraggeber	Projekt	Auflage	ZZAktuell_1	ZZAktuell2	ZZX-2	ZZX-2_Adapt	WN Quote	ZH Quote	Befragte	Erhalten ja	Erhalten nein	Erhalten wn	WV ja/wn	Kleinstor ja/wn
08.03.201				zvi													
08.03.2013																	

Agentur	DNI	Notwendige Interviews	Touren	ZVI-Verteilung	Karte
10	4,5	147	33	10 11 11 1	

JJK	ja	nein	wn	ZVI	Karte
1073	3	0	0	100	
1070	3	0	0	100	
1069	3	0	0	100	
1068	3	0	0	100	
1060	3	0	0	100	
1055	3	0	0	100	
1054	3	0	0	100	
1049	3	0	0	100	
1047	3	0	0	100	
1035	3	0	0	100	
1032	3	0	0	100	
1071	3	0	1	75	
1065	3	0	1	75	
1064	3	0	1	75	
1062	3	0	1	75	

Agentur	DNI	Notwendige Interviews	Touren	ZVI-Verteilung	Karte
9	3,5	7	2	1 1	

Seite 1 von 1 (1 Zeilen)



## Kontakt

### **Zielpunkt-Marketing GmbH**

Dipl.-Kfm. Tom Zielaskowski  
*Geschäftsführer*



*Marktforscher im Berufsverband  
Deutscher Markt- und Sozialforscher e. V.*



*Dozent an der BVDA-Akademie*



Egestorffstraße 27, 12307 Berlin, [www.zpmt.de](http://www.zpmt.de)

Tel: ++49 30 86 87 16 61, Fax: ++49 30 86 87 16 66,  
Funk: ++49 173 29 72 856, Email: [tz@zpmt.de](mailto:tz@zpmt.de)