



Planung · Beratung · Service



Vertrieb: Konzeption und Optimierung

Der Vertrieb von Fahrkarten ist ein nicht unerheblicher Kostenfaktor im ÖPNV. In Abhängigkeit vom Vertriebskanal schwankt die Vertriebskostenintensität, d. h. das Verhältnis zwischen Einnahmen und Kosten, zwischen 3 % und 20 %. Hier sind Lösungen zur Optimierung gefragt!

Neue Wege im Vertrieb

Um eine hohe Kundenzufriedenheit zu gewährleisten, sind gerade auch im Vertrieb innovative Wege gefragt. Neben den klassischen Vertriebskanälen wird in naher Zukunft der Vertrieb über Internet und Smartphone verstärkt an Bedeutung gewinnen.

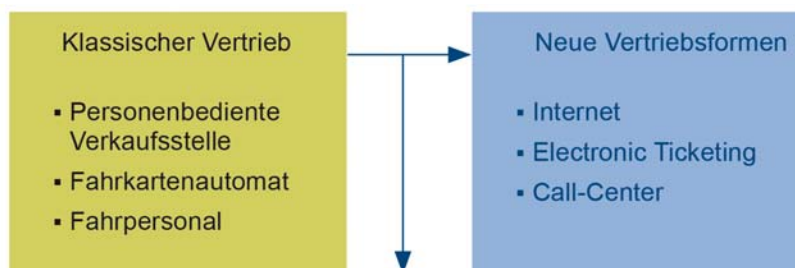
Darüber hinaus beeinflusst auch das Electronic Ticketing in Form der VDVKernapplikation die Vertriebslandschaft. Einerseits stellt es neue Anforderungen an die Vertriebsinfrastruktur, andererseits bietet es gute Chancen, um die innovativen Vertriebswege zu fördern.

Unsere Leistungen

Wir unterstützen Sie bei allen Fragen rund um den Vertrieb. Folgende Leistungen stellen wir Ihnen gerne zur Verfügung

- Analyse und Optimierung von Vertriebsprozessen
- Konzeption, Durchführung und Auswertung von Erhebungen zur Messung der Vertriebsqualität
- Erarbeitung von Konzepten für Vertriebskanalstrategien
- Konzeption des Vertriebs über Webshop oder Hotline
- Laufender Betrieb für Web-Shop oder Vertrieb über Hotline

Fahrkartenvertrieb



Neue Service- und Beratungsaufgaben

Die Kundenzufriedenheit im Blick

Die neuen Entwicklungen erfordern eine Optimierung der Vertriebsstrukturen, bei der alle Vertriebskanäle mit einbezogen werden. Dabei ist der Blick nicht nur auf die Kosten, sondern auch auf die Qualität zu richten. Denn die Qualität der Vertriebsleistungen entscheidet mit darüber, ob der Kunde schnell und ohne Hindernisse an seinen Fahrschein kommt. Ein wichtiger Faktor für die Kundenzufriedenheit!

[Mehr »](#)

Der optimale Vertriebskanal-Mix

Bei der Konzeption des optimalen Vertriebskanal-Mixes sind vielfältige Aspekte zu berücksichtigen:

- **Kosten der Vertriebskanäle**
Welche Veränderungen der Kostenintensität sind bei Umsatzverschiebungen zwischen den Vertriebskanälen zu erwarten?
- **Einnahmen in den Vertriebskanälen**
Inwieweit konkurrieren Vertriebskanäle bezüglich einzelner Fahrscheinprodukte?
- **Kundenwünsche**
Aufgrund welcher Kriterien entscheidet sich der Kunde für einen bestimmten Vertriebskanal?
- **Qualität**
Welche Zusatzleistungen sollen an welchen Standorten angeboten werden (insbesondere relevant für personenbediente Verkaufsstellen)?



Der optimale Mix

Maßgeschneiderte Lösungen

Damit Sie Ihr optimales Vertriebskonzept finden, bieten Ihnen wir beispielsweise modellhafte Berechnungen einer Basis-Versorgung mit personenbedienten Verkaufsstellen unter Berücksichtigung von einstellbaren Qualitätskriterien. Oder wir untersuchen Ihre Vertriebskosten mit einer Simulation, bei der die Anzahl der Vertriebsstellen, die Umsatzaufteilung zwischen den Vertriebskanälen und die Vertriebskostenintensität der einzelnen Vertriebskanäle variiert werden können.

Sprechen Sie mit uns – wir finden auch für Sie den optimalen Vertriebskanal-Mix!

Referenzen

- VDV – Kundenschnittstelle; Beschreibung eines Standards für eine deutschlandweite interoperable Kundenschnittstelle
- Vertriebsstellen-Monitoring im Rhein-Main-Verkehrsverbund (RMV) – Durchführung, Auswertung und Analyse einer Erhebung zu Ausstattung und Servicequalität von personenbedienten Verkaufsstellen mittels „Mystery-Shopping“
- Vertriebskanalentwicklung im RMV – Entwicklung eines Modells zur Abschätzung einer räumlich differenzierten „Basis-Versorgung“ mit personenbedienten Verkaufsstellen
- Vertriebskonzept VGO – Entwicklung von vertrieblichen Maßnahmen für die Verkehrsgesellschaft Oberhessen mbH
- Entwicklung der Vertriebskanäle und der Vertriebsqualität im RMV – Entwicklung eines Modells zur Simulation der Auswirkungen von Strategien in den verschiedenen Vertriebskanälen
- Mitarbeit in der VDV-Arbeitsgruppe „Barcode“ – Bewertung der Einsatzmöglichkeiten eines 2D-Barcodes zur Sicherung von ÖPNV-Tickets

Kontakt rms

Rhein-Main-Verkehrsverbund
Servicegesellschaft mbH
Am Hauptbahnhof 6
60329 Frankfurt am Main
www.rms-consult.de

Gerd Graf

Tel.: 069 27 307-434
Fax: 069 27 307-477
gggraf@rms-consult.de