

Étude Géomarketing

>> Analyse des zones de livraisons & Optimisation de tournées



- Client Agrigel, groupe Toupargel-Agrigel
- Application Solution Géomarketing « sur mesure »
- Utilisation Distribution de produits surgelés auprès des particuliers

> Contexte d'utilisation



Le Groupe Toupargel-Agrigel est leader de la vente et de la livraison à domicile de produits surgelés aux particuliers avec 3 550 employés et un chiffre d'affaires de 380 M€.

Plus d'un million de clients commandent chaque mois par téléphone de nouveaux produits. Fort de ses télévendeurs et téléprospecteurs, le Groupe assure, via ses chauffeurs livreurs, la livraison sous 48 h de ses produits partout en France.

Agrigel contacte la société PTV Loxane pour la mise en place d'une solution d'optimisation de tournées et d'analyse de ses zones de livraisons.

> Solution mise en place

PTV Loxane propose un outil personnalisé répondant entièrement aux besoins spécifiques de la société Agrigel. Cet outil basé sur deux solutions logicielles performantes et complémentaires permet de planifier et d'optimiser les tournées mais il est également un outil d'aide à l'analyse stratégique des potentiels commerciaux et parts de marché. La solution spécifiquement développée est un véritable atout pour la société Agrigel :



- Détection des anomalies et meilleurs répartition des secteurs de livraison grâce à la visualisation cartographique des 850 000 clients par symboles selon le canal de distribution
- Actualisation permanente de la cartographie en fonction des nouveaux clients et des clients inactifs
- Simulation de découpage de zones isochrones avec prise en compte des contraintes pour réorganisation éventuelle de la tournée
- Organisation de tournées virtuelles et choix de fenêtres horaires théoriques de livraison pour chaque client
- Optimisation des déplacements des 700 véhicules avec prise en compte des contraintes (horaires, jour, distance entrepôt approvisionnement et client...)
- Rééquilibrage des tournées sur le plan géographique et sur le nombre de points livrés

> Témoignage

"L'outil est utilisé quotidiennement. D'une part pour optimiser les déplacements de la force de prospection et gagner ainsi de nouveaux clients. D'autre part pour organiser les circuits de livraison et satisfaire nos clients avec la prise en compte de leurs contraintes"

explique Stéphane DUPIRE,
Responsable Méthodes et Projets.

> Configuration

18 agences accèdent aujourd'hui à cet outil pour maîtriser leur secteur (1 décideur par agence). Elles bénéficient d'une cartographie France urbaine TeleAtlas.

> Bénéfices

- + Efficacité de la prospection et affinement du ciblage sur les zones à couvrir pour les commerciaux sur le terrain.
- + Amélioration du service rendu à la clientèle par une meilleure prise en compte de ses souhaits de livraison et le respect des horaires de passage.
- + Meilleure organisation des circuits de livraison et rationalisation des déplacements grâce à l'analyse géomarketing des territoires pour éviter la dispersion des livreurs.

