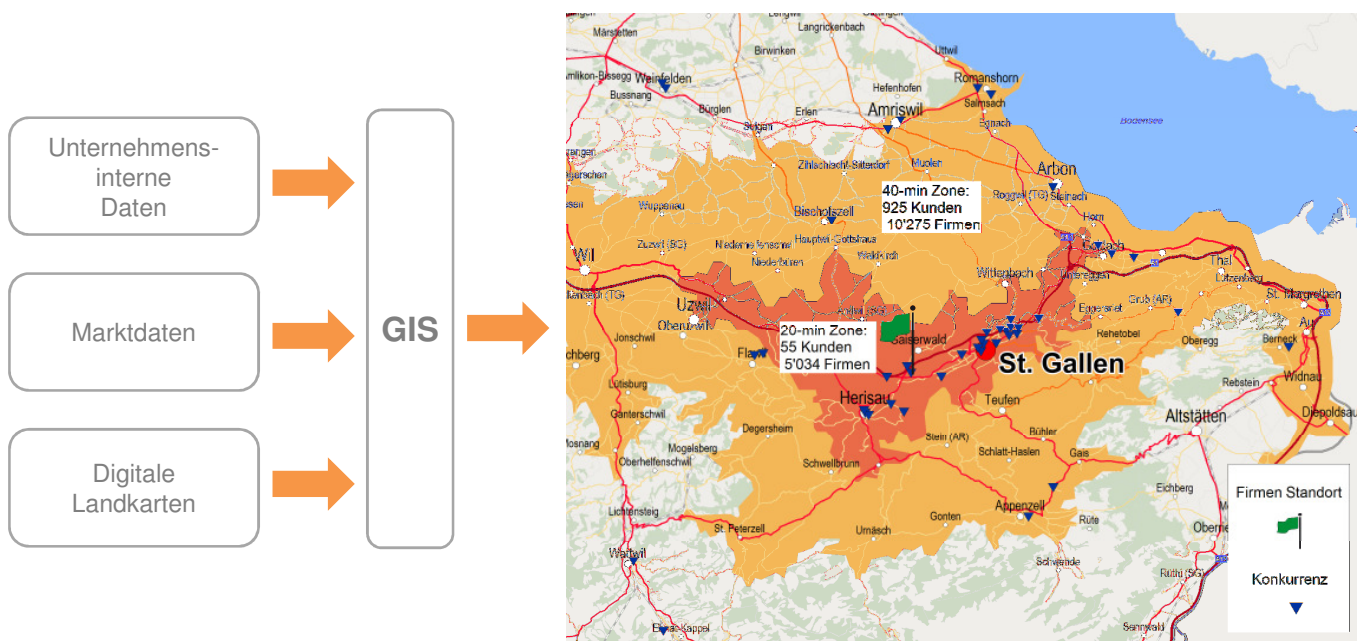


Daten bilden die Basis für räumliche Analysen

Geomarketing

Geomarketing analysiert die räumlichen Strukturen mit dem Ziel, den Produktabsatz in aktuellen und potentiellen Märkten effektiver planen und steuern zu können. Dabei werden die Analysen mittels Geographischer Informationssysteme (GIS) durchgeführt.

Mit RegioGraph setzen Sie ein einfaches, anwenderfreundliches GIS ein, das Ihnen schnell einen transparenten Überblick über die Marktzusammenhänge in Form einer Karte gibt.



Anwendungsbeispiele des Geomarketing

Bestehende Märkte
→ Marktdurchdringung
→ Potenzialanalyse

- Standort- und Filialnetzplanung
- Erfassung Konkurrenzsituation
- Netzinfrastrukturplanung

Potenzielle Märkte
→ Potenzialanalyse
→ Erschliessung neuer Märkte

- Vertriebsgebietssteuerung
- Optimierung Marketingaktivitäten

Daten auf PLZ-Ebene verschaffen schnell einen Überblick über Marktpotentiale.

Daten bilden die Basis für räumliche Analysen

Marktdaten

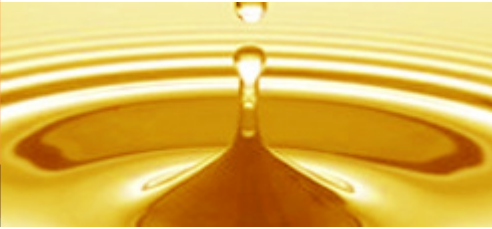
Um sich einen Überblick über die Marktstrukturen verschaffen zu können, werden oft die Merkmale auf PLZ-Ebene verwendet. So erhalten Sie die ersten Anhaltspunkte, in welchen Regionen z.B. Ihr Zielgruppenpotential höher ist. Erst wenn Sie diese Gebiete ausfindig gemacht haben, können Sie mit Ihrer Marktbearbeitung in das Detail gehen. Es lohnt sich also, die PLZ genauer unter die Lupe zunehmen.



PLZ-Gebiete

Die 4-stelligen PLZ-Gebiete der Schweiz und Liechtenstein sind in RegioGraph enthalten. Sie können RegioGraph mit den 6-stelligen PLZ-Gebieten erweitern. Die 6-stellige PLZ ist eine feinere Unterteilung der 4-stelligen PLZ.

Daten auf PLZ-Ebene verschaffen schnell einen Überblick über Marktpotentiale.



Daten bilden die Basis für räumliche Analysen

Marktdaten:

Umfassende Lösungen für alle Fragestellungen in Marketing, Vertrieb, Controlling und Expansion!

Ermittlung des Zielgruppenpotentials

Zu wissen, wer Ihre Zielgruppe ist und wo sie sich befindet, sind die zwei zentralen Aspekte in der Absatz- und Gebietsplanung.

Mit unseren Marktdaten beantworten Sie z.B. folgende Fragen:

Wie viele Einwohner leben in 8001 Zürich?

Wie viele Singlehaushalte gibt es dort?

Wie verteilt sich z.B. die Kaufkraft in den PLZ-Gebieten der Stadt Zürich?

Wie hoch sind die Konsumausgaben für Bekleidung und Schuhe schweizweit auf PLZ-Ebene?

Wie hoch sind die Einnahmen aus Vermietung und Vermögenseinkommen im Kanton Bern auf PLZ-Ebene?

Mit unseren Marktdaten sehen Sie schnell, wo Ihre Zielgruppe lokalisiert ist.

Hilfreiche Marktdaten:

- Bevölkerungsstruktur
- Kaufkraft
- Konsumausgaben nach Kategorien

Sortimentsgestaltung

Das von Ihnen angebotene Sortiment sollte den Nachfragebedürfnissen der Bevölkerung entsprechen. In Wohnquartieren, in denen z.B. überdurchschnittlich viele junge Familien leben, entstehen andere Konsumbedürfnisse als in Quartieren mit einem hohen Anteil an Singlehaushalten.


Unsere Daten zu Konsumausgaben geben Ihnen Hinweise auf die Konsumgewohnheiten Ihrer Zielgruppe.

Aber auch die Daten des verfügbaren Einkommens sowie Bevölkerungsstrukturdaten (Alter, Geschlecht, Familienstand) sind in die Betrachtung mit einzubeziehen, um Aussagen über die Konsumgewohnheiten treffen zu können.

Hilfreiche Marktdaten:

- Bevölkerungsstruktur
- Kaufkraft
- Verfügbares Einkommen
- Konsumausgaben nach Kategorien

Daten auf PLZ-Ebene verschaffen schnell einen Überblick über Marktpotentiale.



Daten bilden die Basis für räumliche Analysen

Steuerung von Vertriebsgebieten

Lenken Sie Ihre Aussendienst-Mitarbeiter gezielt in Gebiete mit hohem Umsatzpotential.

Wissen Sie, wie hoch das Umsatzpotential für ein bestimmtes Produkt in den Vertriebsgebieten Ihrer Mitarbeiter ist?

Unsere grosse Palette von Zusatzdaten eignet sich für unterschiedliche Firmen, die Aussendienstmitarbeiter einsetzen.

Hilfreiche Marktdaten:

- Bevölkerungsstruktur
- Kaufkraft
- Konsumausgaben
- Transferausgaben
- Transfereinkommen
- Betriebe & Beschäftigte
- Fahrzeuge nach Kategorie/Typ

Standort- und Expansionsplanung

Die Analyse der PLZ-Gebiete bildet eine Grundlage in der Standort- und Expansionsplanung.

Sie beantwortet wichtige Fragen wie:

Wie ist das Zielgruppenpotential in der Region Bern verteilt?

Wie ist das Zielgruppenpotential im Einzugsgebiet von 60 Minuten um bestehende Märkte oder Konkurrenten verteilt?

Mit unseren Marktdaten ist eine rasche Abschätzung der Zielgruppenpotentiale in Regionen möglich.

Hilfreiche Marktdaten:

- Bevölkerungsstruktur
- Konsumausgaben nach Kategorien
- Verfügbares Einkommen
- Anzahl Betriebsstätten
- Anzahl Mitarbeiter

Individuelle Daten

Sie benötigen für Ihre Analyse ganz individuelle Daten auf PLZ-Ebene, die Sie in unserer Produktpalette nicht finden konnten?

Dann lassen Sie uns dies wissen.

Wir erstellen Ihnen gerne eine Offerte für Ihre individuelle Anfrage.

Ihre Ansprechpartnerin:

MapMart
Cindy Heppelmann
Herbrigstrasse 21
9011 St.Gallen
Tel. : +41 71 223 69 70
info@mapmart.ch