



Uniserv Geocoding – Machen Sie Ihre Analysen räumlich

In den globalen Märkten ist es wichtig, Nischen schneller aufzudecken und vor der Konkurrenz neue Märkte strategisch zu besetzen. Umsatzsteigerungen sind nur durch konsequent effiziente Marktbearbeitung und die Aufdeckung neuer Potenziale möglich. Genau dabei unterstützt Uniserv geocoding.

Mit Uniserv geocoding erhalten Sie ein Geomarketing-Instrument, das die Adressen Ihrer Kunden räumlich verortet und mit unternehmensexternen Marktdaten (z.B. soziodemographische oder sozioökonomische Strukturmerkmale) in Relation setzt, um eine Grundlage für unternehmerische Entscheidungen zu schaffen. Sie gewinnen weltweit zusätzliches Wissen zu den Adressen Ihrer Kunden und Interessenten. Ganz gleich ob B2B oder B2C: Unternehmen aller Branchen profitieren von einer modernen Vertriebs-, Marketing- und Expansionsplanung mit Geomarketing. Ermitteln Sie als Einzelhändler beispielsweise, in welchen Gebieten ihre Zielgruppe besonders stark vertreten ist, um einen optimalen Standort zu finden oder Werbemittel effizient auszustreuen. Analysieren Sie als Pharmaunternehmen, wo Ärzte und Apotheken mit hohem Umsatzpotenzial sitzen. Richten Sie als Bank ihr Filialnetz oder Filialkonzept nach wirtschaftsgeografischen Faktoren aus, um langfristig erfolgreich zu sein. Kennen Sie im produzierenden Gewerbe örtliche Begebenheiten von potenziellen Produktionsstandorten, bevor Sie die Entscheidung für den Ort einer Produktionsstätte fällen. Steuern und planen Sie als Direktmarketing-Dienstleister Ihre Kampagnen effektiv und zielgruppengenau.

Unsere Software verknüpft kosteneffizient Ihre Kunden- und Adressdaten mit wichtigen geografischen Merkmalen

weltweit und liefert dadurch unter anderem die Grundlage für eine erfolgreiche Standortplanung, Zielgruppen-, Potential- und Wettbewerbsanalyse, mikrogeografische Marktsegmentierung sowie Service und Vertrieboptimierung. Grundlage für zukünftige, strategische Business-Entscheidungen. Voraussetzung dafür ist ein professionelles und automatisiertes Datenmanagement.

Dabei unterstützt Uniserv geocoding Sie bei der Beantwortung folgenden Fragen:

- ▀ Wie viele Kunden wohnen im Einzugsgebiet von Standort X?
- ▀ Welche Faktoren beeinflussen den Erfolg meiner Standorte?
- ▀ Wo sind die weißen Flecken für meine Expansion?
- ▀ Wie viel Umsatz kann ich an einem Standort machen?
- ▀ Wie viele Kunden gewinne ich durch die Neueröffnung eines Standortes?
- ▀ Wie wirkt sich die Eröffnung eines Wettbewerberstandortes im direkten Umfeld aus?
- ▀ Wie optimiere ich Zuliefer- und Logistikprozesse?
- ▀ Welche möglichen Kundenverluste ergeben sich aus Standortschließungen oder Zusammenlegungen?
- ▀ Wo wären meine Standorte optimalerweise platziert?

PRAXISBEISPIEL

Optimierung von Vertriebsgebieten und Händlernetzen am Beispiel eines Industrieunternehmens

Industrieunternehmen sind heute auf einen erstklassigen Vertrieb angewiesen, der seine Struktur, Prozesse und Händlernetze den schnell veränderten Marktgegebenheiten anpasst. Geografische Analysen helfen dabei, indem sie die Marktdurchdringung aufzeigen – gesamt sowie nach Sparten und einzelnen Produkten. Wettbewerbsanalysen vervollständigen die Ergebnisse und helfen, die Konkurrenz zu verste-

hen. Als Vertriebsabteilung können Sie so schnell abschätzen, wo die größten Wachstumschancen bestehen. Basierend auf den Ergebnissen der Geomarketinganalysen optimieren Sie als Industrieunternehmen nicht nur bestehende Gebiete. Sie bauen auch neue Gebietsstrukturen für den Einstieg in neue Märkte und bei Produkterweiterungen auf. Die Vertriebsgebiete lassen sich nach Potenzial, Arbeitslast und Routen optimieren. Mit idealen Strukturen ist sichergestellt, dass Ihre Vertriebsmitarbeiter im Außendienst die Zeit bei den aussichtsreichsten Kunden verbringen, anstatt auf der Straße.

LEISTUNGEN

Uniserv geocoding bearbeitet folgende Informationen:

- Schaffung von korrekten Kundenstammdaten durch die postalische Prüfung
- Verknüpfung mit geografische Koordinaten (Geokoordinaten)
- Schlüssel zu Mikromarketing-Daten, wie beispielsweise Aussagen über das Wohnumfeld, Einkommen, Konsumverhalten oder die Altersstruktur

Mithilfe dieser Daten verorten Sie Ihre Kunden im Raum, verknüpfen unternehmenseigene Kennziffern mit differenzierten Markt- und Potenzialdaten und verdichten Ihre Kundenstammdaten zu einer umfassenden 360°-Sicht auf Ihren Kunden – das Golden Profile entsteht.

Die Zuordnung der Daten kann zielgerichtet für ein einzelnes Haus, einen Straßenabschnitt, eine Straße, einen Ortsteil oder für einen kompletten Ort erfolgen. Die Geomarketing-Informationen können direkt bei der Eingabe der Adresse zugeordnet oder aber komfortabel per Batch großen Datenbeständen hinzugefügt werden. Ein einheitliches Schnittstellen-Design vereinfacht die Integration landesspezifischer Geomarketing-Informationen. Die erheblichen Unterschiede der verfügbaren Informationen werden so ausgeglichen. Dies minimiert die Kosten für die Integration in die bestehenden Systeme und liefert die Basis für ein „grenzenloses“ Adress-Geokodierung. Uniserv geocoding verknüpft Kundenstammdaten mit geografischen Merkmalen aus über 240 Ländern. Die nationalen Produktvarianten der Software berücksichtigen die jeweiligen landesspezifischen Gegebenheiten und Anforderungen an das Adress-Geocoding.

VORTEILE

- Internationaler Lösungsansatz weltweit – geografische Merkmale aus über 240 Ländern
- Flexible Anreicherung von geografischen Daten, Mikromarketing-Daten sowie eigenen Unternehmensdaten
- On Premise und als Software as a Service verfügbar
- Schnelle und unkomplizierte Implementierung
- Aktuelle Referenzdaten durch regelmäßiges Daten-Update

UNISERV GmbH

Rastatter Str. 13, 75179 Pforzheim, Deutschland, T: +49 7231 936-0, F: +49 7231 936-3002,
E: info@uniserv.com, www.uniserv.com © Uniserv GmbH, Pforzheim, All rights reserved

