

# Den Markt durchschauen

## dank Business Intelligence und Geomarketing



### Durchblick verschaffen

Ziel jedes Unternehmens ist es, seinen Markt möglichst optimal zu bearbeiten. Dies ist jedoch nur möglich, wenn man seinen Markt als Ganzes, aber auch die einzelnen Einflussfaktoren genau kennt.

Geomarketing legt die Marktsituation kartographisch dar, Business Intelligence fasst Ergebnisse in Kennzahlen. Zusammen bilden sie den Schlüssel, um den eigenen Markt besser durchschauen zu können.

### Business Intelligence

Business Intelligence (BI) ist eine Technologie wie auch ein Prozess, um Firmen- und Marktdaten in einem Datenpool zusammenzuführen, zu analysieren und zu kommunizieren: Dies mit dem Ziel, handlungsorientierte Einsichten und umsetzbares Wissen zu gewinnen.

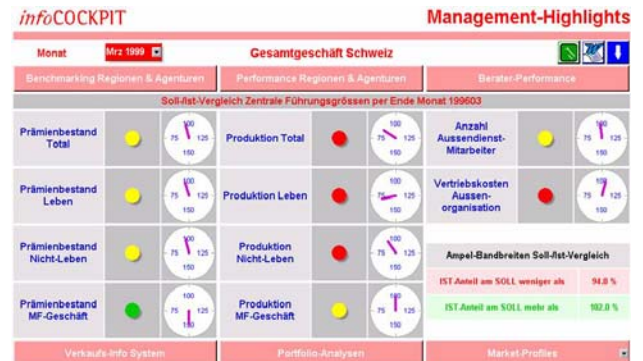
### Geomarketing

Geomarketing (GM) bezeichnet die Planung, Koordination und Kontrolle kundenorientierter Marktaktivitäten von Unternehmen mittels Geographischer Informationssystemen. Es werden dabei Methoden angewendet, die den Raumbezug der untersuchten unternehmensinternen und –externen Daten herstellen, analysieren und visualisieren sowie sie zu entscheidungsrelevanten Informationen aufbereiten.

### unsere Kernkompetenzen

Wir haben uns das Ziel gesetzt, die Entscheidungsqualität unserer Kunden zu steigern, indem wir komplexe Informationen einfach visualisieren.

### Anwendungsbereiche

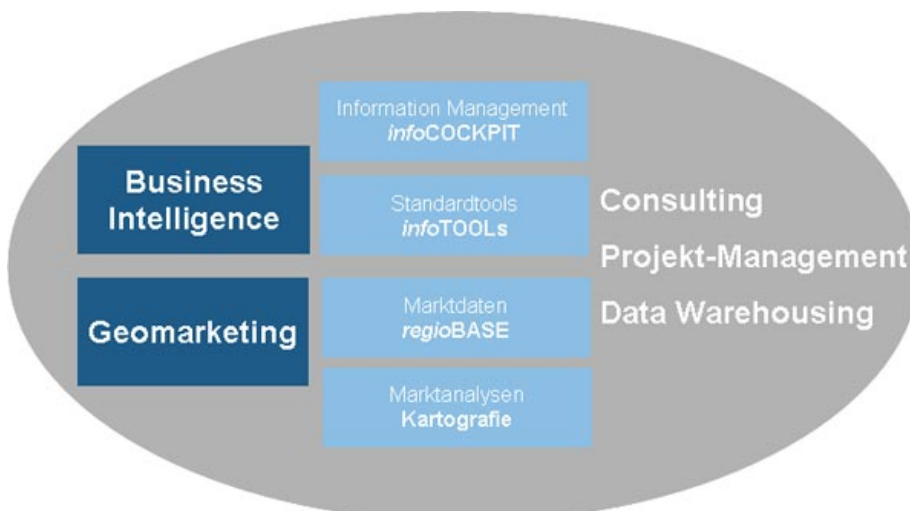


Das Führungs-Cockpit des Vertriebsleiters einer Schweizer Versicherung vereinigt BI und GM in exemplarischer Weise. Beim Drill-down aus der Übersicht mit den wichtigsten Kennzahlen erscheint eine Karte, die die gesamtschweizerischen Daten nach Agenturgebieten darstellt und so die Analyse verfeinert.

Die Marktsituation in den einzelnen Gebieten wird pro Kennzahl auf einen Blick ersichtlich.

### Business Intelligence und Geomarketing geschickt kombinieren

Unser Unternehmen basiert auf der Kombination dieser beiden Bereiche. In beiden kommt unsere Kernkompetenz zum Tragen, die entscheidungsorientierte Aufbereitung und Visualisierung komplexer Informationen.



# Den Markt durchschauen

## dank Business Intelligence und Geomarketing



### MIGROS: gezieltes Wachstum durch strategische Standortanalyse

Die Strategie der Unternehmensgruppe MIGROS ist darauf angelegt, ihre Flächenabdeckung stetig weiter auszudehnen und zu optimieren. Um neue Standorte zu schaffen und bestehende weiter auszubauen, bedarf es eines genauen Analyseinstrumentes. Die durch uns entwickelte Standort-Applikation schafft die Grundlage für eine detaillierte und zukunftsorientierte Standortanalyse.

#### Grundlegende Informationen liefern

Die Applikation liefert ausführliche Informationen zu vier Kernsegmenten:

- grundlegende Marktdaten zu einzelnen grösseren Regionen
- individuelle Angaben zu bestimmten Teilregionen
- Information zu bestehende Verkaufsflächen
- Entscheidungsrelevante Daten zu potenziellen Standorten

#### flexibel und detailliert

Bei der Implementierung der Lösung wurde ein besonderes Augenmerk darauf gelegt, dass das Datenmaterial stets verfügbar, zuverlässig und vergleichbar ist. Die Relevanz der Daten für das jeweilige Marktgebiet spielt ebenfalls eine wichtige Rolle. Die MIGROS-eigenen Daten werden jährlich um empirische Grundlagen ergänzt: Bevölkerungszahl, Altersstruktur, Wohngebäudezustand, Zahl der Erwerbspersonen und Anzahl privater Haushalte und Betriebe, Einkommen und Ausgaben der Haushalte und Unternehmen. Diese Daten werden überwiegend vom schweizerischen Bundesamt für Statistik zur Verfügung gestellt und durch uns veredelt.

### Praktischer Nutzen

#### Vertrieb optimieren durch gezielte Informationen

Innerhalb des Systems werden Kernkennzahlen generiert, die auf den Prozess der Entscheidungsfindung massgeblich Einfluss haben. Für jede Kennzahl können entsprechende Detailinformationen abgerufen werden. Das Tool ermöglicht ausserdem den Vergleich der Geschäftsentwicklungen von einem Berichtsjahr zum anderen.

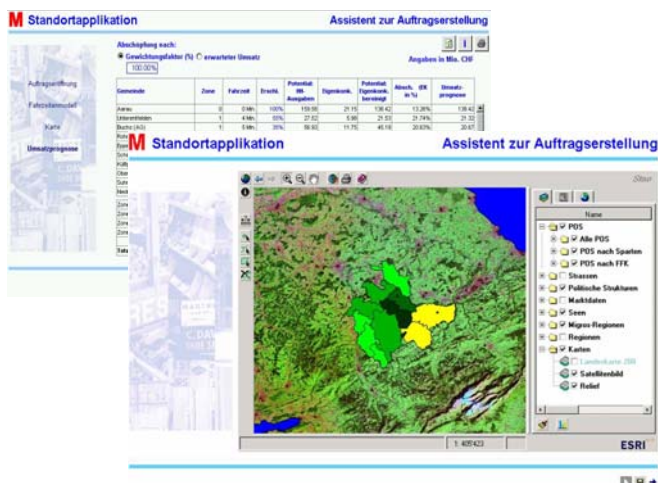
#### detaillierte Prognosen erstellen

Unsere Applikation ermöglicht es, konsequente Einzugsgebiete für die bestehenden Standorte zu bilden. Damit können nicht nur die effektiven Haushaltsausgaben der Einwohner im entsprechenden Gebiet detailliert verglichen werden. Auch die tatsächlichen Abverkaufsdaten in allen Verkaufsstellen der gleichen Konzerneinheit bis hinunter zur Warenstruktur fließen in diese Analyse. Dadurch lassen sich Rückschlüsse auf die zu erwartende Entwicklung geplanter Marktstandorte ziehen. Gezielte Kundenstromanalysen zeigen unmissverständlich auf, in welchem der Profitcenter der potentielle Umsatz realisiert wird.

#### verlässliche Entscheidungen treffen

Die Lösung ist durch ihren umfassenden Datenbestand und ihre Analysefunktionalität zu einem unentbehrlichen Werkzeug bei der Evaluation eines neuen Standortes geworden. Die Stärken des Systems zeigen sich in der Auswahl der Informationen sowie den umfangreichen Möglichkeiten zur Potenzialermittlung und Prognosen.

Die vollständige Case Study zur Standort-Applikation der MIGROS finden Sie unter [www.bwvits.ch](http://www.bwvits.ch).



### Ihr kompetenter Partner.

#### bwv its GmbH

Wassergasse 18  
CH-9000 St. Gallen  
Phone +41 (0)71 226 86 00  
Fax +41 (0)71 226 85 99  
[info@bwvits.ch](mailto:info@bwvits.ch)  
[www.bwvits.ch](http://www.bwvits.ch)



software · consulting · content