

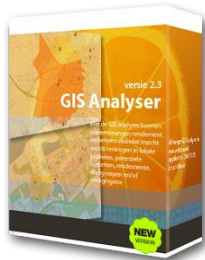


## Geografische informatiesystemen in FMCG; de route naar de klant

4orange, 2014

## Geografische informatiesystemen in FMCG; de route naar de klant?

Met het toenemen van beschikbare data over en voor consumenten neemt de roep om visuele en concrete handvatten steeds meer toe. Er is behoefte aan zoveel mogelijk informatie. Hierbij is het van belang dat de juiste informatie op de juiste manier en op het juiste moment ingezet kan worden. Momenteel worstelen veel bedrijven met de stappen die gezet moeten worden om uit 'Big data' op het juiste moment, de juiste informatie te destilleren.



Een belangrijke stap die steeds resoluter gezet wordt, is de stap naar de integratie van ruimtelijke inzichten en analytische voorspelmodellen. Met behulp van kaarten kan per gebied (of dit nu een afzet- of postcodegebied is) visueel duidelijk gemaakt worden wat de huidige situatie is en welke kansen er zijn in elk gewenst geografisch gebied.

Het aanschaffen van – en werken met – ingewikkelde softwarepakketten hoeft geen noodzakelijkheid te zijn. Dit betekent niet dat zij overbodig zijn, in tegendeel. Het zou echter fijn zijn om een overzichtelijke tool voorhanden te hebben waarmee snel en eenvoudig duidelijk wordt, waar zich groei- en bloeimogelijkheden bevinden. Deze tooling wordt momenteel al gebruikt en op maat gemaakt voor klanten binnen en buiten de FMCG-branche.



### Toepassingen

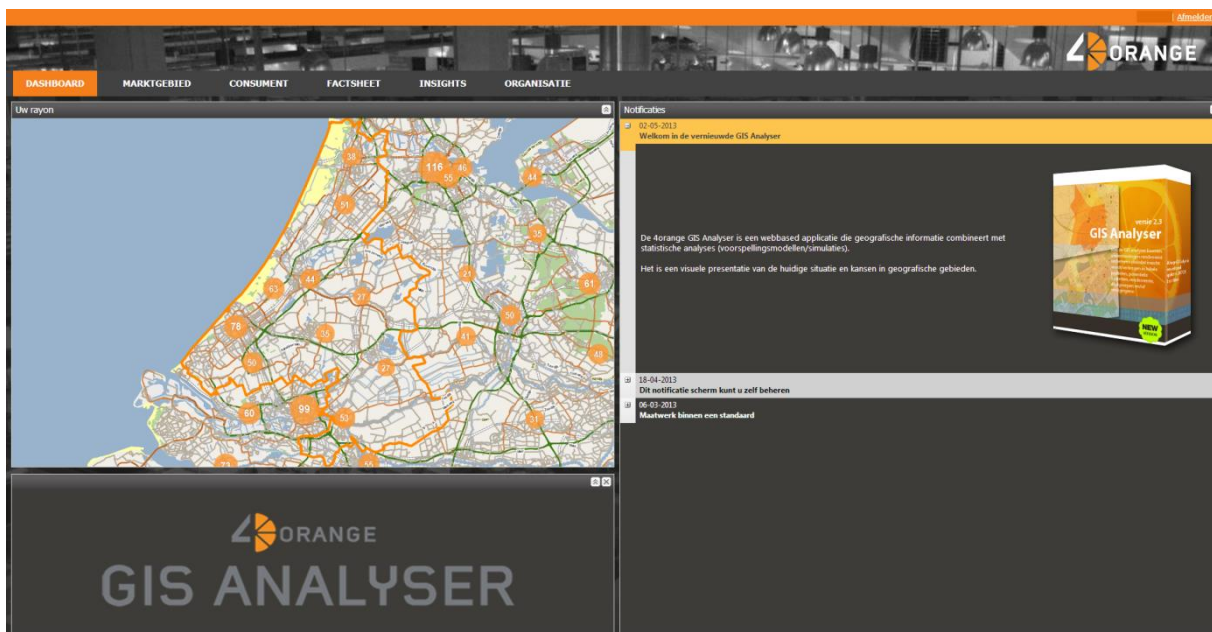
Afhankelijk van de wensen en behoeften die een organisatie heeft, zijn er veel toepassingen mogelijk. Hierbij kan gedacht worden aan profielen van consumenten woonachtig in bepaalde gebieden of welke boodschappen bij welke winkel worden gehaald. Het is ook mogelijk om winkels met elkaar te vergelijken. Hoe presteert de ene winkel in een bepaald segment ten opzichte van andere winkels, etc. Met deze informatie kan eenvoudig bekeken worden hoeveel geld er wordt besteed aan een product of dienst in bepaalde gebieden, zodat bekend is wie benaderd kan worden en op welke manier. Met de 4orange GIS Analyser kunnen interessante gebieden opgeslagen, beheerd, bewerkt, geanalyseerd, geïntegreerd en gepresenteerd worden.

Binnen de 4orange GIS Analyser wordt een kaart gebruikt met daarop de eigen vestigingen en de vestigingen van concurrenten, waardoor verschillen in marktaandeel en marktpotentieel tussen

winkels in hetzelfde gebied (of dezelfde gebieden) in één oogopslag duidelijk worden. Met één muisklik worden gegevens per winkel en per gebied zichtbaar.

Binnen de 4orange GIS Analyser is het mogelijk om alleen relevante modules in de software op te nemen. Voor een FMCG-partij kan namelijk een module volstaan met alleen de visuele presentatie van de locatie van zijn supermarkten, tezamen met de locatie van de supermarkten van concurrenten. Binnen de 4orange GIS Analyser kan ingezoomd worden op interessante gebieden en kan geklikt worden op de verschillende supermarkten. Hierdoor kan de omzet vergeleken worden met die van andere supermarkten en met de totale omzet in een gebied. De tool is online beschikbaar voor zoveel gebruikers als nodig is, zodat op elk gewenst moment van de dag, de meest actuele gegevens beschikbaar zijn.

De 4orange GIS Analyser is een van de eerste geautomatiseerde vertaalslagen van 'Big Data' naar tools waar ook niet data-freaks snel en eenvoudig de juiste informatie uit kunnen destilleren.



Met behulp van de 4orange GIS Analyser hebben Trademarketeers al grote stappen kunnen zetten. Zij hebben kansen in de markt ontdekt door groepen winkels te identificeren op basis van onderliggende data zoals demografische kenmerken, locatiekenmerken en omzetten. Door de inzichtelijkheid van de 4orange GIS Analyser is het voor de buitendienst zeer eenvoudig om in te zoomen op gebieden in Nederland die voor hen interessant zijn. Tevens is het beter mogelijk geworden ondernemers te overtuigen om bepaalde veranderingen door te voeren waardoor win-win situaties zijn ontstaan; meer omzet voor u, maar ook voor de ondernemer.

De 4orange GIS Analyser geeft inzicht in:

- geografisch weergegeven marktgebieden
- consumenteninformatie van marktgebieden
- factsheets met kerncijfers (b.v. omzetcijfers, marktaandelen) en kaarten
- informatie gegenereerd op basis van geografische- en demografische kenmerken
- mogelijkheden om – naar klantwens – additionele in- en externe informatie toe te voegen
- concurrentieveld

De 4orange GIS Analyser is een unieke tool waarin ruimtelijke inzichten en consumenteninformatie worden gecombineerd met geavanceerde analytische voorspelmodellen. Alle modules dragen bij aan het maken van gefundeerde beslissingen en het behalen van een hoger rendement.

**Met deze essentiële informatie is het mogelijk om gefundeerd strategische beslissingen te nemen en per vestiging/ filiaal een local marketing beleid op te zetten.**

Voor meer informatie neemt u contact op met Joyce Lopulalan via 020 – 750 44 00 of email [joyce.lopulalan@4orange.nl](mailto:joyce.lopulalan@4orange.nl)