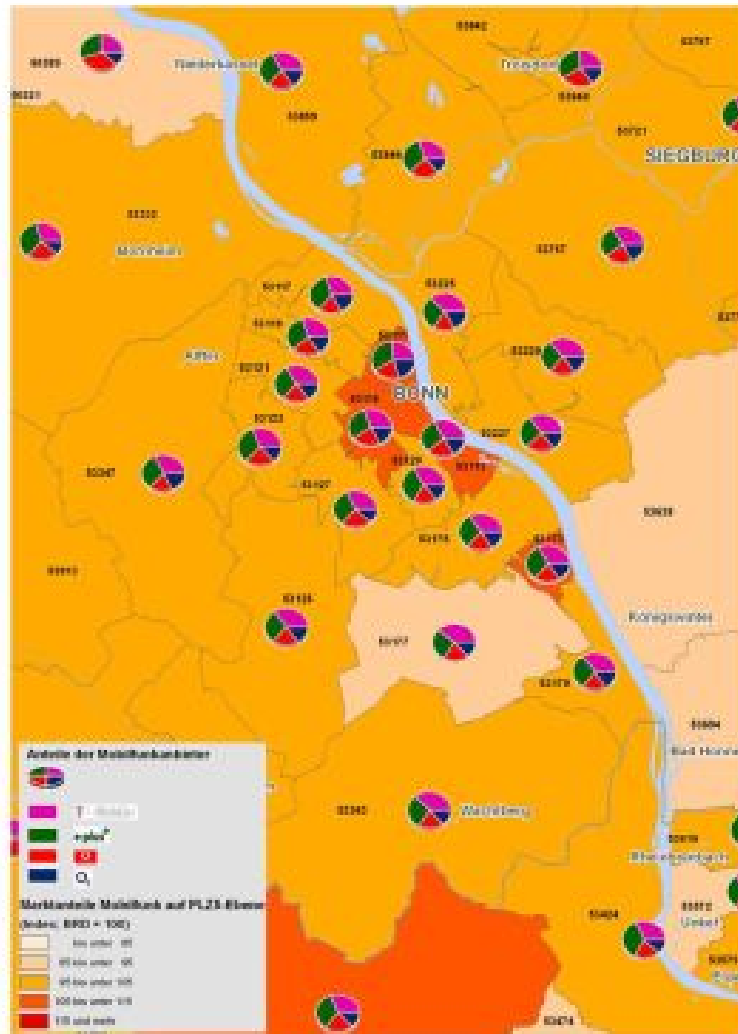


Regionaler Telekommunikationsmonitor bundesweit

12.11.2009, 11:25 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *infas geodaten GmbH*



Die Karte zeigt die Marktanteile Mobilfunk der Einwohner auf PLZ 5-Ebene und die entsprechenden Marktanteile der Mobilfunkanbieter.

In Kooperation mit dem infas Institut entwickelt die infas GEOdaten GmbH einen bundesweiten Telekommunikationsmonitor, der die Marktanteile im Mobilfunk und Festnetz regional ausweisen wird. Dabei werden Analysen zu bundesdeutschen Festnetzanschlüssen und Mobilfunkverträgen auf kleinräumiger Ebene möglich sein. Das Besondere ist dabei der Fokus auf das gesamte Kommunikationsverhalten – Sprache, Daten, mobil oder per Festnetz – auf Personen- oder Haushaltsebene. Die ermittelten Daten und daraus resultierende Handlungsempfehlungen für Anbieter können mikrogeografisch zugeordnet werden. Die Studie bietet so eine ideale Basis etwa zur Optimierung der Vertriebswege, zur Segmentbildung oder die Strategieentwicklung bei der Neukundengewinnung.

Der regionale Telekommunikationsmonitor wird in einer Pilotphase regional begrenzt für ein oder zwei Anbieter

durchgeführt und anschließend auf das gesamte Bundesgebiet ausgeweitet.

Portrait

infas GEOdaten ist als Full Service-Anbieter einer der Marktführer für Geomarketing. Einzigartig ist das Modell der 4 Säulen, das Geomarketing klar definiert und gleichzeitig die Basis der Produkt- und Leistungskonstellation für ganz Europa bildet:

Marktinformationen: Marktdaten mit mehr als 500 Merkmalen (z.B. Kaufkraft nach Produkten, Soziodemographie, Potenzialkennziffern, etc.), hausgenaue Mikrogeographie mit mehr als 50 Variablen, exakte Hausbewertung, Consumer-, Business- und Lifestyle-Adressen.

Geodaten: Hauskoordinaten, Grenzen, mikrogeographische Raster, digitale Straßenkarten (GEOstreet+), feinräumige Analyseraster, usw.

Analysen: Markt- und Potenzialanalysen, Vertriebsgebiets- und Kundenstruktur, Milieu- und Zielgruppensegmentierung, Standortanalysen, usw.

Systeme: Der JCoder ist eine der leistungsfähigsten Geocodierungssoftwares. All-in-One: Der MarktAnalyst ist die Geomarketing-Komplett-Lösung für Europa.

infas GEOdaten ist eine 100% Tochter der Schober Group und mit den Standorten Bonn und München in Deutschland vertreten. Die Schober Information Group ist mit 400 Mitarbeitern und einem Jahresumsatz von 142 Millionen Euro einer der führenden Informationsprovider für Hersteller, Handel und Dienstleistungsunternehmen in Europa.

ZUM THEMA GEOMARKETING IN KÜRZE:

Jeder Kontakt zwischen (potenziellem) Kunden und Unternehmen hat einen räumlichen Aspekt. Geomarketing ergänzt die kompletten klassischen Marketinginstrumente Produkt-, Preis-, Distributions- und Kommunikationspolitik um die geographische Komponente. Geomarketing beantwortet mikrogeographisch genau (also hausgenau) die Frage nach dem „Wo“, also etwa:

Wo hat welches Produkt welche Absatzchancen?

Wo ist welcher Preis erzielbar?

Wo befinden sich geeignete Standorte bzw. Vertriebsgebiete?

Wo leben Kunden und Zielgruppen und wo macht folglich Werbung Sinn?

Wo sind gute/schlechte Standorte/Vertriebsgebiete und warum?

Durch die Beantwortung dieser Fragen optimiert Geomarketing das komplette Bestandsgeschäft und lokalisiert präzise die Potenziale für Up-Selling, Cross-Selling oder New Business. Dadurch hat es sich in Europa zu einem unverzichtbaren strategischen Management-Instrument für viele Unternehmensbereiche entwickelt wie etwa Geschäftsführung, Vertrieb, Marketing, Controlling, Expansionsplanung, Produktentwicklung, Versorgungsplanung und Logistik, u.v.m.