

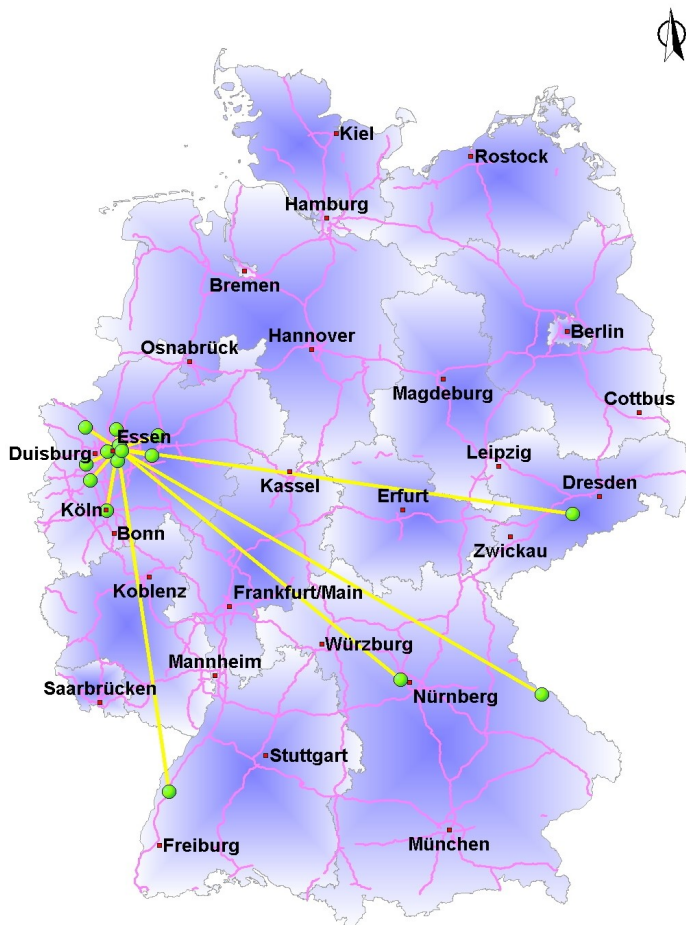
Wir liefern Datenauswertung in globalen Geschäftsdaten- / Informationskarten!

Ziel dieser Datenauswertung ist es, unternehmensrelevante Informationen in Ihrem räumlichen Zusammenhang zu analysieren.

Von Interesse können dabei sowohl unternehmenseigene Daten, wie Filialstandorte, Servicegebiete, Kundenadressen, Umsatzvolumina, etc., als auch externe Informationen, wie Bevölkerungszahlen, Kaufkraftindices, Standorte von Zulieferern, Gewerbeinformationen oder etwa geologische Daten sein.

Unsere Leistungen im Überblick:

- **Übernahme, Konvertierung und örtliche Zuordnung vorhandener Datensätze**
- **Einbinden verschiedener, aktueller Datenbestände.** Einwohnerzahlen, Kaufkraftindices, PKW-Bestand, Altersstruktur der Bevölkerung, Betriebe nach Branchen usw. (Aufgelöst bis auf Postleitzahlenebene.)
- **Weltweites Kartenmaterial**
- **Programmierung komplexer Auswertungsszenarien**
- **Lieferung von gedruckten Karten bis doppelt DIN A0, und Bilddateien (z.B. jpg etc.)**
- **Erstellen von Intranet- / Internetversionen inkl. Einbinden zusätzlicher Informationen**



Beispiel 1: Kundenverteilung einer Firma innerhalb der BRD.

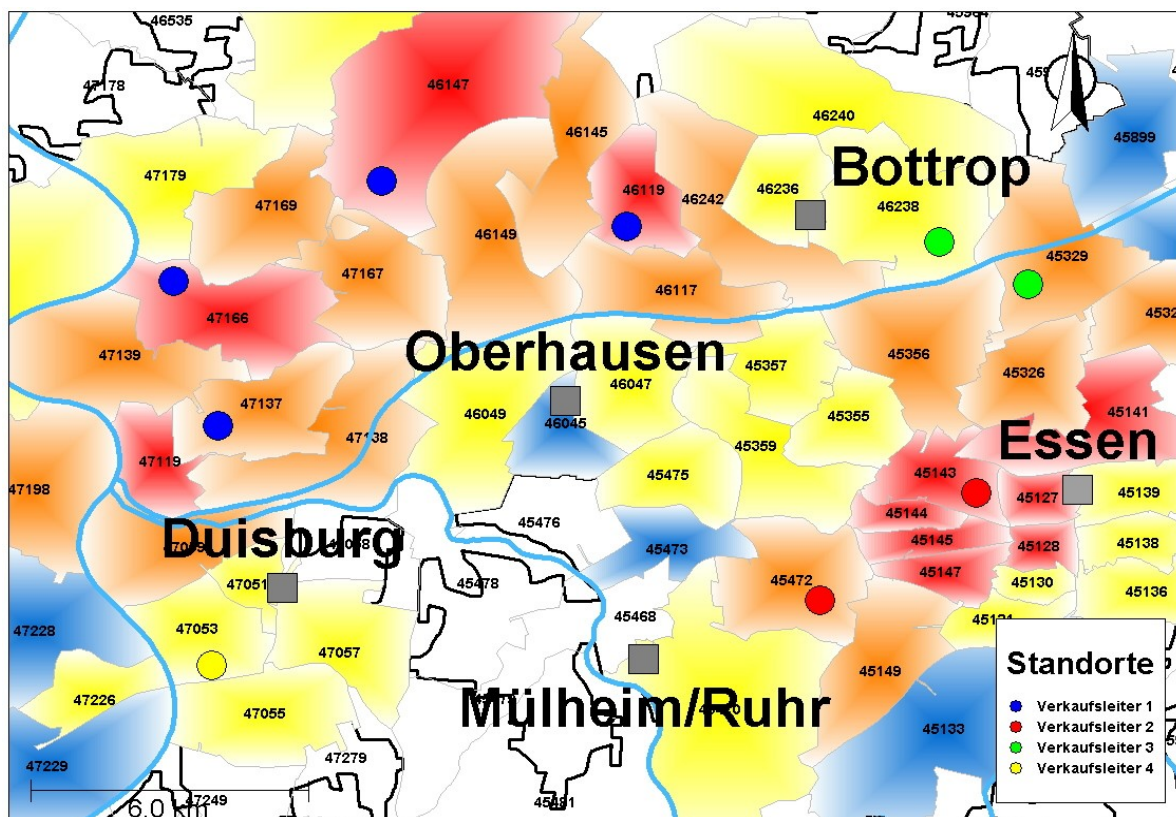
Dargestellt sind Autobahnen, Bundesländer und einige Großstädte.

Unternehmenseigene Daten.

Die große Anzahl verschiedener Unternehmensformen mit den zugehörigen individuellen Daten, macht es an dieser Stelle schwer ansprechende Beispiele auf begrenztem Raum zu präsentieren. Dennoch gibt es Fragestellungen die bei den meisten Unternehmen vorkommen, und aus denen sich eigene Szenarien ableiten lassen:

- Wie ist die *Verteilung vorhandener und potenzieller Kunden*? Wo ergeben sich Wachstumschancen?
- Wie können *Werbemittel* durch Optimierung von Marketing- und Vertriebsmaßnahmen effektiv auf *lohnende Zielgebiete* verteilt werden?
- Welche *Kunden* werden von welchem *Mitarbeiter* betreut, und welcher *Vertriebsleiter* ist für diesen Bereich zuständig? Wo konzentrieren sich wichtige Kunden?
- Von welchen *Lagern* werden *Waren* zu den jeweiligen Kunden transportiert? Welche *Streckenoptimierungen* sind bei diesen Transportströmen möglich?
- Wie groß ist das *potentielle* und das *tatsächliche Einzugsgebiet* bestehender Standorte?
- Welche *Umsatzverteilungen* liegt *in welchem Gebiet*, und mit welchen Kunden vor?

Möglich ist der *Einsatz von Informationskarten* natürlich auch *in der direkten Werbung*: Durch *Veranschaulichung der Firmenpräsenz* in einem Land / Gebiet, kommt es zu einer *Förderung der Kundeninformation*, und damit zu einer *Erhöhung der Kundenbindung*.



Beispiel 2: Firmen-Standorte und deren Verkaufsstellenleiter.

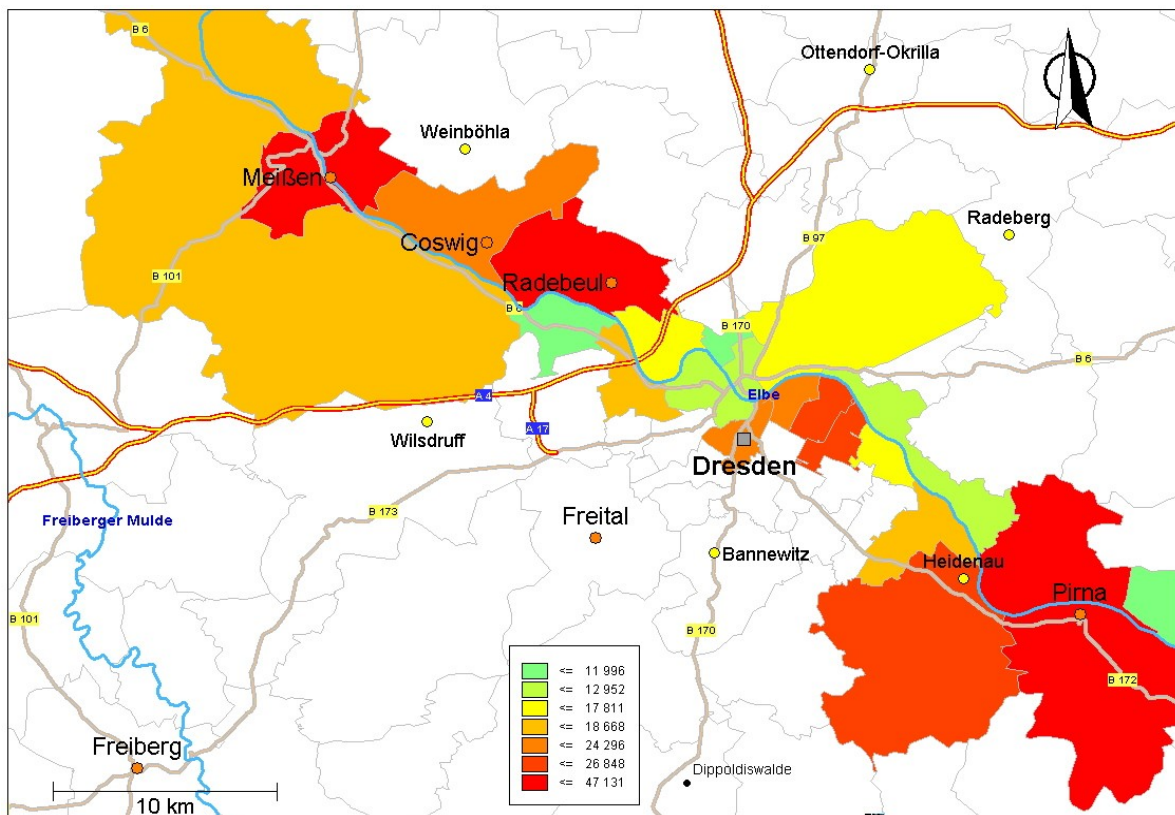
Visualisierung des Umsatzes in den umliegenden Postleitzahlen-Gebieten. Rot: Umsatz über dem Durchschnitt; Orange: Durchschnitt (ca.); Gelb u. Blau: Umsatz unter dem Durchschnitt.

Externe Daten

Neben den oben angedeuteten Einsatzmöglichkeiten der räumlichen Abbildung von unternehmenseigenen Daten, ist es oftmals unerlässlich sich Entscheidungshilfen aufgrund von externen Datenmaterial zu schaffen.

In vielen Fällen kommt es durch die *Verknüpfung* vorhandener *Firmendaten* mit externen *Flächeninformationen* zu *Lösungsansätzen*, die ursprünglich nicht zu erkennen waren:

- Wie hoch ist das Absatzpotential für Ihr Produkt? Wie hoch ist der jetzige prozentuale Anteil am Marktvolumen?
- Sind z.B. unterschiedliche Wetterverhältnisse für lokale Schwankungen Ihrer Umsätze verantwortlich? Liegen Zweigstellen in Risikogebieten?
- Liegen für Sie günstige *Einkommensverteilungen in bestimmten Gebieten* vor?
- Ist die *Bevölkerungsstruktur in Ihren Vertriebsregionen* günstig? Wie verteilen sich z.B. Mehrpersonenhaushalte mit Kindern?
- Wollen Sie Ergebnisse von Marktuntersuchungen in eine Kartendarstellung einfließen lassen, um so Übersicht zu gewinnen?
- In welche Branchen teilen sich die Betriebe einer Region auf?



Beispiel 3: Verlauf der Elbe im Bereich Dresden.

Die Einwohnerzahlen in den angrenzenden Postleitzahlgebieten sind durch einen Farbverlauf dargestellt.