

Pressemitteilung

GfK launcht RegioGraph 2017

Innovative Geomarketing-Software zum weltweiten Einsatz

14. Februar 2017

Cornelia Lichtner
Öffentlichkeitsarbeit
T +49 7251 9295 270
F +49 7251 9295 290
cornelia.lichtner@gfk.com

Bruchsal, 14. Februar 2017 – GfK veröffentlicht zu Ende März eine komplett neue Version der Geomarketing-Software RegioGraph. Neben einer rundum erneuerten und vereinfachten Oberfläche und noch schnelleren Ergebnissen bietet RegioGraph 2017 zahlreiche neue Analysen, Gebiets- und Standortplanungsoptionen. Erstmals können Anwender auch direkt auf Onlinekarten und Luftbildern planen. Unternehmen aller Branchen haben mit RegioGraph 2017 eine innovative und zuverlässige Basis für alle Entscheidungen mit Ortsbezug.

Mit RegioGraph können Unternehmen ihre Kunden, Zielgruppen und Potenziale auf den aktuellsten Karten abbilden und mit hinterlegten, feinräumigen Potenzialdaten wie der GfK Kaufkraft analysieren. Dies zeigt Entscheidern aus Expansion, Vertrieb und Marketing, wo das Unternehmen Schwächen in der Marktbearbeitung hat, wo neue Marktchancen zu finden sind und wie diese effizient und nachhaltig erschlossen werden können.

Friedrich Fleischmann, Geschäftsführer im Bereich Geomarketing von GfK, kommentiert: „Unsere Geomarketing-Software bietet Entscheidungssicherheit in komplexen und dynamischen Märkten. Wir haben in RegioGraph 2017 unsere mehr als 25 Jahre Entwicklungserfahrung mit unserer Expertise als Geomarketing-Berater zu einem innovativen und leistungsstarken Softwaretool gebündelt. So unterstützen wir Anwender aller Branchen dabei, ihre Waren und Dienstleistungen näher zu ihren Kunden zu bringen. Denn die Nähe zum Kunden ist auch im Kontext der fortschreitenden Digitalisierung erfolgsentscheidend – gleich ob es um zielgruppengerechtes Marketing am richtigen Ort oder die Eröffnung neuer Filialen geht.“

Die Einsatzgebiete von RegioGraph reichen von der Zielgruppenlokalisierung, Sortiments- und Marketingoptimierung über die Vertriebsgebietsplanung bis hin zur Konzeption effektiver Filial- oder Liefernetzwerke.

Besseres Analysieren, Planen und Modellieren

Beim Data Mining bietet RegioGraph 2017 innovative neue Optionen, um Daten noch schneller und umfassender zu filtern und so neue Marktpotenziale zu finden. Über verknüpfbare Tabellenentwürfe, Formeln und anwenderfreundliche Datenabfragedialoge erhalten Marketing- und Vertriebsentscheider sowie Anwender im Controlling ganz neue Einblicke in die regionalen Zusammenhänge verschiedenster Unternehmensdaten. Die Ergebnisse werden in Echtzeit auf der Karte abgebildet und erlauben es, Marktgebiete und das darin liegende Potenzial genau zu verstehen. Vertriebsplaner können etwa Potenzialbenchmarks für ihre Verkaufsregionen und

GfK GeoMarketing GmbH
www.gfk-geomarketing.de
geomarketing@gfk.com

Geschäftssitz Bruchsal:
Werner-von-Siemens-Str. 9
Gebäude 6508
76646 Bruchsal
T +49 7251 9295 100
F +49 7251 9295 290

Standort Hamburg:
Herrengaben 5
20459 Hamburg

Standort Nürnberg:
Nordwestring 101
90419 Nürnberg

Geschäftsführer:
Friedrich Fleischmann
Hans-Peter Klotzbücher

Amtsgericht Mannheim
HRB 250872
Ust-ID: DE 143585033

Filialen modellieren und dann auf Knopfdruck die regionale Performance von Verkaufsteams, Händlern oder Außendienstmitarbeitern objektiv vergleichen.

Die Gebietsplanungsfunktionen sind in RegioGraph 2017 weiter ausgebaut und vereinfacht. Auch das Teilen der Ergebnisse ist noch einfacher, denn die umfassenden Berichtsoptionen erlauben die automatische Integration von individuellen Diagrammen in Gebietsreports. So können Vertriebsplaner die Vorteile ihrer erarbeiteten Gebietsoptimierung an jeden Außendienstmitarbeiter kommunizieren und mit Kartenanalysen und Datendiagrammen zu dessen Teilgebiet untermauern.

Auch für die Standortplanung und -bewertung bietet die neue Version wichtige Neuerungen: Etwa bei einer „White-Spot“-Analyse finden Expansionisten mit RegioGraph 2017 für eine individuell gewählte Filialzahl auf Knopfdruck die am besten geeigneten Standorte. Auch der Dialog zur detaillierten Analyse und Modellierung von Potenzialen und Wettbewerbern in Einzugsgebieten von Filialen wurde erweitert und vereinfacht.

Neue Visualisierungs- und Auswertungsmöglichkeiten

Vertriebsplaner erkennen mit den erweiterten Analysefunktionen und dem vereinfachten Darstellungsdiallog noch besser Regionen mit umsatzstarken und -schwachen Kunden und Händlern. Zu den neuen Auswertungsmöglichkeiten in RegioGraph 2017 gehört die Option, Standorte automatisch je nach Zoomstufe als Cluster darzustellen. Dies verschafft beispielsweise Logistikern oder Filialnetzplanern einen schnellen Überblick über die Dichte von Handelsagglomerationen auf regionaler und lokaler Ebene.

Mit der neuen Grid-Analyse können Anwender ein Gitternetz auf der Karte platzieren, in das RegioGraph vorhandene Daten flächenanteilig projiziert. Dies erlaubt es etwa, Einzugsgebiete von Handelsstandorte wie Nahversorgern mikrogeografisch auszuwerten.

Neu ist auch die Möglichkeit, direkt auf Onlinekarten und Luftbildern zu analysieren und zu planen. Dadurch können etwa Expansionsplaner potenzielle Standorte samt RegioGraph-Analysen direkt auf einem Satellitenbild darstellen und das Handelsumfeld datenseitig und optisch bewerten. Für erste länderübergreifende oder globale Kundenanalysen haben Anwender mit den Onlinekarten auch eine weltweite Hintergrundkarte zur Verfügung. Und mit neu verfügbaren B2B Potenzialdaten für Länder Deutschland, Österreich, Frankreich oder die Schweiz finden Anwender hochdetaillierte Gewerbepotenziale nun auch in internationalen Märkten.

Komplett überarbeitete Usability & Performance

Die neue Benutzeroberfläche weist bei den Menüs die aktuelle „Ribbon“-Optik auf, wie sie aus den MS Office Programmen bekannt ist. Damit ist nicht nur der nahtlose Import von Daten, sondern auch die Orientierung für den Anwender noch einfacher. Die Projektstruktur und -navigation ist vereinfacht und das Backend für 32 und 64 Bit optimiert. RegioGraph 2017

bietet somit auch bei Berechnungen mit großen Datensätzen eine sehr schnelle Performance.

Über RegioGraph

Die Software RegioGraph wird seit 1991 von GfK im Bereich Geomarketing entwickelt. Die erste Version entstand, um einen Hersteller von Gabelstaplern bei der Vertriebsgebietsplanung zu unterstützen. RegioGraph entwickelte sich danach schnell zu einer Komplettlösung für alle Fragestellungen mit Ortsbezug in Vertrieb, Marketing und Controlling. Dank der praxisbezogenen und innovativen Produktentwicklungsstrategie ist RegioGraph mit rund 40.000 Anwendern heute die meistgenutzte Geomarketing-Lösung in Deutschland und wurde bereits vielfach ausgezeichnet. Auch international arbeiten Unternehmen aller Branchen mit RegioGraph. Neben der englischen Sprachversion bietet GfK dafür weltweite digitale Karten als Basis zur genauen Verortung von Adressen und anderen Daten.

RegioGraph enthält im Standardpaket die GfK Kaufkraft und digitale Landkarten für Deutschland, Österreich und die Schweiz auf Stand 2017 oder ein europäisches Land nach Wahl. RegioGraph Strategie ist mit zusätzlichen Mikrodaten zur straßenabschnittsgenauen Analyse von B2C- und B2B-Potenzialen erhältlich.

Weitere Informationen zur Geomarketing-Software RegioGraph von GfK finden Sie unter <http://regiograph.gfk.com/de/>

Grafiken in Druckauflösung finden Sie [hier](#).

Über GfK

GfK steht für zuverlässige und relevante Markt- und Verbraucherinformationen. Durch sie hilft das Marktforschungsunternehmen seinen Kunden, die richtigen Entscheidungen zu treffen. GfK verfügt über langjährige Erfahrung im Erheben und Auswerten von Daten. Rund 13.000 Experten vereinen globales Wissen mit Analysen lokaler Märkte in mehr als 100 Ländern. Mithilfe innovativer Technologien und wissenschaftlicher Verfahren macht GfK aus großen Datenmengen intelligente Informationen. Dadurch gelingt es den Kunden von GfK, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern und das Leben der Verbraucher zu bereichern.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com/de
Folgen Sie uns auf Twitter: www.twitter.com/gfk_de

V.i.S.d.P.
GfK GeoMarketing GmbH
Public Relations
Cornelia Lichtner
Werner-von-Siemens-Str. 9
Gebäude 6508
D-76646 Bruchsal
T+49 7251 9295 270
cornelia.lichtner@gfk.com