

GfK RegioGraph – NOWA JAKOŚĆ ANALIZ PRZESTRZENNYCH DLA BIZNESU

GfK RegioGraph pozwala na wizualizację, integrację i analizę danych firmowych na mapach cyfrowych. GfK RegioGraph jest wyposażony w:

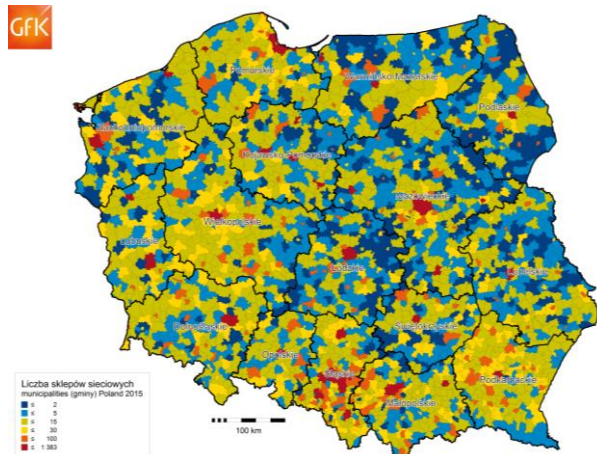
- Szczegółowe mapy ulic i plany miast
- Import i geokodowanie danych po adresie
- Wyznaczanie precyzyjnych czasowych stref dojazdu
- Funkcje do analizy, wizualizacji i integracji danych
- Przyjazny interfejs i inteligentny system etykietowania
- Automatyczne tworzenie i optymalizację regionów sprzedaży
- Dane o potencjale ekonomicznym konsumentów (Ogólna Siła Nabywcza GfK – wartość towarów i usług, jakie mieszkańcy danego obszaru są w stanie nabyć w ciągu roku)

Jako kompleksowe rozwiązanie geomarketingowe, GfK RegioGraph umożliwia analizy regionalnych zróżnicowań potencjału rynku i znajduje zastosowanie w działach sprzedaży, ekspansji oraz marketingu, np.:

- Wyszukiwanie makro i mikro obszarów o niezagospodarowanym potencjale
- Optymalizacja i budowa regionów sprzedaży
- analizy lokalizacyjne obiektów handlowych – ocena potencjału catchment area
- Badanie potencjału rynku w dowolnie zdefiniowanych jednostkach analitycznych
- Zliczanie odległości pomiędzy punktami sprzedaży i ocena stref zasięgu

GfK RegioGraph 2017: intuicyjny interfejs oraz innowacyjne funkcjonalności mapowe

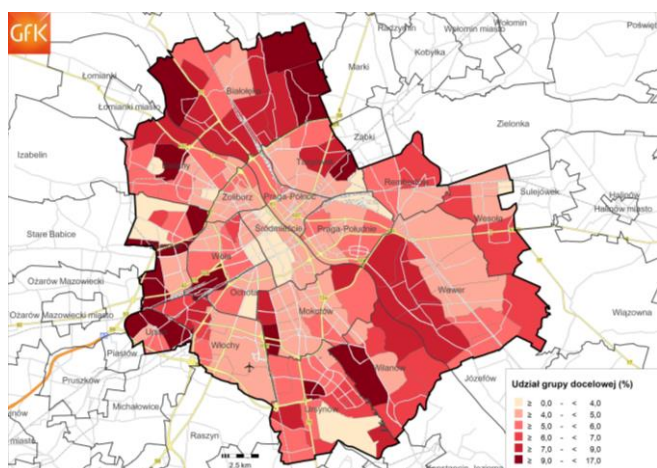
Przykładowe analizy w GfK RegioGraph



Wizualizacja i integracja danych na mapach

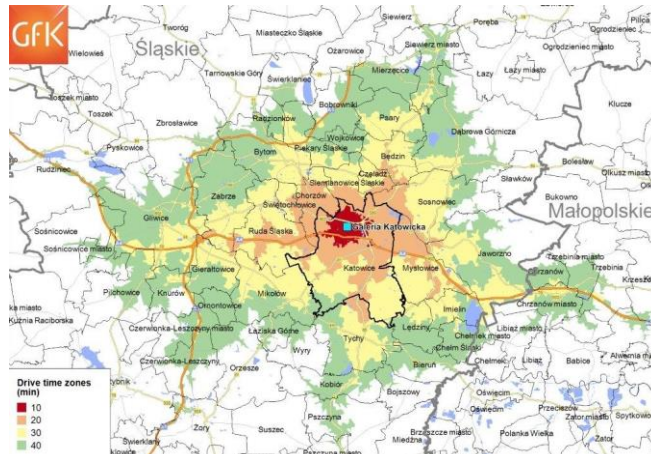
GfK RegioGraph analizuje i wizualizuje dane na różnych poziomach dokładności:

- Podział administracyjny
- Kody pocztowe
- Obszary sprzedaży
- Punkty sprzedaży i strefy dojazdu
- Przygotowane analizy (mapy i tabelę) mogą być dołączane do prezentacji i raportów.



Identyfikacja potencjału rynkowego

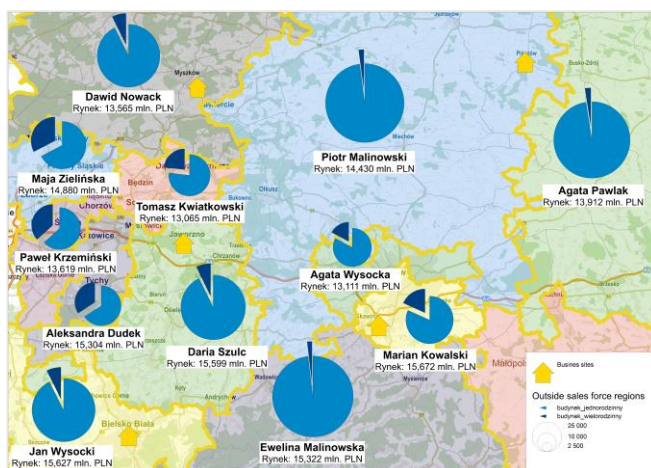
GfK RegioGraph umożliwia porównywanie potencjału różnych obszarów (powiatów, gmin, obszarów kodów pocztowych czy regionów handlowych). Wynikiem pracy mogą być rankingi atrakcyjności, które wskazują obszary i punkty sprzedaży atrakcyjne z punktu widzenia rozwoju sprzedaży.



Analizy lokalizacyjne

GfK RegioGraph umożliwia wszechstronną analizę lokalizacji obiektu handlowego, np.:

- Wyznaczanie czasowych i odległościowych stref dojazdu na podstawie map TomTom
- Opis potencjału konsumenckiego w wyznaczonych strefach
- Wyznaczenie obszarów o wysokiej koncentracji klientów



Optymalizacja terytoriów sprzedaży

GfK RegioGraph umożliwia tworzenie nowych lub optymalizację istniejących obszarów sprzedaży spełniających dowolnie wybrane kryteria, jak np.:

- Zrównoważony poziom obrotów
- Podobna liczba klientów
- Miejsce zamieszkania przedstawiciela handlowego
- Czas dojazdu i lokalizacja dystrybutorów



Szkolenia i warsztaty

GfK oferuje indywidualne szkolenie z zakresu obsługi oprogramowania oraz wykorzystania danych GfK oraz danych zamawiającego w analizach potencjału rynku w działach ekspansji, sprzedaży i marketingu.

Celem szkolenia jest zapoznanie z systemem GfK RegioGraph i jego funkcjami analitycznymi, a także nauka analiz przydatnych w codziennej pracy. Szkolenie pozwala zaoszczędzić czas i szybko nauczyć się, jak przygotowywać wizualizację danych na mapach cyfrowych

Oferujemy dwa typy szkoleń

Warsztaty oraz konsultacje związane z konkretnym zagadnieniem biznesowym zamawiającego z wykorzystaniem różnych baz danych. Celem warsztatów jest wspólna praca nad określoną analizą.

Szkolenia standardowe z obsługi i wykorzystania systemu GfK RegioGraph. Zakres zagadnień:

- podstawy pracy z oprogramowaniem: tworzenie i formatowanie map
- wizualizacja i analiza danych o potencjale rynku i danych firmowych
- nanoszenie na mapę lokalizacji klientów i punktów sprzedaży
- przygotowywanie analiz przestrzennych oraz eksport tabel i map

Dodatkowe elementy przy szkoleniu z systemu

RegioGraph Planning:

- planowanie i optymalizacja terytoriów sprzedaży
- wyznaczanie czasowych i odległościowych stref dojazdu

Cennik GfK RegioGraph

Oprogramowanie dostępne jest w dwóch wersjach:

RegioGraph Analysis – idealny do wizualizacji i analizy danych o klientach, potencjałach oraz wartościach sprzedaży na mapach cyfrowych

RegioGraph Planning – specjalnie zaprojektowany do planowania regionów sprzedaży, a także badania potencjału lokalizacji. Poza wszystkimi funkcjami RegioGraph Analysis, RegioGraph Planning zawiera specjalistyczne narzędzia do optymalizacji i budowania terytoriów handlowych oraz wyznaczania czasowych i odległościowych stref dojazdu.

Rabat 50% na zakup aktualizacji w ciągu 2 lat

Koszt zakupu obejmuje:

- Oprogramowanie GfK RegioGraph 2017
- Komplet map cyfrowych Polski (27 warstw) oraz podstawowe mapy Europy (8 warstw)
 - Podział administracyjny: województwa, powiaty, gminy i gminy w podziale na część wiejską i miejską
 - Kody pocztowe: 2- i 5-cyfrowe obszary kodów pocztowych
 - Miasta: 5 klas miast w zależności od liczby mieszkańców
 - Drogi: 5 klas dróg od autostrad po drogi lokalne
 - Warstwy topograficzne: 12 warstw tematycznych: rzeki, jeziora, lasy, lotniska, linie kolejowe, treny przemysłowe i zurbanizowane
- Szczegółowe mapy ulic i plany miast Polski firmy **TomTom**
- Dane o Ogólnej Siłce Nabywczej GfK 2016 dla gmin i kodów pocztowych
- Instrukcję w języku polskim oraz wsparcie w zakresie obsługi oprogramowania

Wersje oprogramowania RegioGraph	RegioGraph Analysis	RegioGraph Planning
Import danych firmowych oraz innych danych (*.xlsx, *.txt, *.mdb, *.csv)	tak	tak
Dostępność ponad 100 opcji analiz i kalkulacji	tak	tak
Mapy cyfrowe GfK (podział administracyjny oraz kody pocztowe)	tak	tak
Export map i tabel (Excel, format graficzne, HTML, PDF)	tak	tak
Tworzenie obszarów sprzedaży	tak	tak
Szczegółowe mapy ulic i plany miast TomTom	tak	tak
Automatyczne generowanie i optymalizacja obszarów sprzedaży		tak
Nanoszenie klientów i lokalizacji do poziomu ulicy (geokodowanie po adresie)		tak
Wyznaczanie czasowych i odległościowych stref dojazdu		tak
Edytor map (ESRI ArcGIS (*.shp.) MapInfo (*.tab))		tak
Wyznaczenie warstwy gridów (siatka kwadratów)		tak
Dostęp do map satelitarnych online Bing Maps		tak
Ogólny Indeks Siły Nabywczej GfK (podział administracyjny oraz kody pocztowe)	tak	tak

Informacja o licencjach

Licencja na kilka stanowisk

W przypadku zakupu produktów GfK na kilka stanowisk pracy, w zależności od liczby użytkowników, do obliczania ceny stosujemy odpowiednie współczynniki. Poniższy współczynnik używany jest w przypadku licencjonowania: oprogramowania GfK RegioGraph, Siły Nabywczej oraz Siły Nabywczej dla Handlu Detalicznego i map cyfrowych.

Liczba użytkowników	Współczynnik
1	1
2	1,5
3 do 5	2
6 do 10	2,5
11 do 15	3
16 do 20	3,5
21 do 25	4
26 do 50	5
51 do 100	6

Aby obliczyć cenę dla finalnej liczby użytkowników należy cenę jednej licencji pomnożyć przez podany w tabeli współczynnik.

Przy obliczeniu ceny licencji konsultanckiej należy pomnożyć cenę zwykłej licencji przez współczynnik 3.

Licencja konsultancka

Ceny produktów GfK to ceny licencji na jedno stanowisko pracy do użytku wewnętrznego. W przypadku komercyjnego wykorzystania naszych danych, map czy oprogramowania wymagana jest licencja konsultancka. Zezwala ona na przygotowywanie projektów, raportów czy analiz na podstawie naszych danych lub map z użyciem oprogramowania w celu ich sprzedaży klientom.

Aktualizacja

GfK co roku aktualizuje dane o Siły Nabywczej oraz inne wskaźniki potencjału. Również co roku mapy cyfrowe są aktualizowane o zmiany w obrębie podziału administracyjnego, kodów pocztowych oraz siatki drogowej. Zakup aktualizacji nie jest obowiązkowy.

W przypadku zakupu aktualizacji oprogramowania GfK RegioGraph, GfK Ogólnej Siły Nabywczej lub map cyfrowych w ciągu dwóch lat od ostatniego zakupu, cena aktualizacji wynosi 50% ceny podstawowej.

Aktualizacja do wyższej wersji oprogramowania GfK RegioGraph wyceniana jest na podstawie różnicy cen pomiędzy wersjami.

Termin realizacji

Czas realizacji w zależności od produktu wynosi:

- Standardowe dane dla Polski – 2 dni robocze
- Oprogramowanie GfK RegioGraph – 4 dni robocze
- Mapy i dane dla państw europejskich – do 5 dni roboczych.

Geo+RealEstate

Planowanie i ocena nowych inwestycji komercyjnych



Geo+BranchNetworks

Ocena potencjału istniejących punktów sprzedaży



Geo+SalesTerritories

Optymalizacja regionów sprzedaży



Geo+

Geo+TargetGroups

Identyfikacja wielkości grupy docelowej i jej zamożności



Geo+MarketShares

Wartość mikro rynków i wielkość udziałów



Geo+DistributionPartners

Selekcja najlepszych punktów sprzedaży do obsługi własnej



Doradztwo

Zajmujemy się integrowaniem różnych źródeł danych, zaawansowanymi analizami statystycznymi oraz analizami lokalizacyjnymi dla działań ekspansji, marketingu handlowego oraz wsparcia sprzedaży. Pracujemy dla sieci handlowych, dystrybutorów oraz sektora nieruchomości i branży finansowej.

Geo+RealEstate

- Oceniamy obecny i przyszły obrót nieruchomości komercyjnych
- Bazując na bazach danych i wieloletnim doświadczeniu, szacujemy obroty i przekazujemy konkretne rekomendacje dotyczące nowych i funkcjonujących inwestycji handlowych

Geo+BranchNetworks

- Oceniamy potencjał własnych punktów sprzedaży poprzez identyfikację wewnętrznych i zewnętrznych czynników sukcesu
- Wykorzystując zmienne definiujące potencjał ludnościowy, ekonomiczny i trafficowy strefy oddziaływania oraz informacje o konkurencji, a także dane sprzedażowe, szacujemy obroty

i określamy efektywność poszczególnych lokalizacji

- Wskazujemy punkty do zamknięcia lub relokacji, a także miejsca, w których należy otworzyć nowy punkt własny lub franczyzowy

Geo+TargetGrups

- Identyfikujemy grupę docelową poprzez łączenie różnych źródeł danych, tj. dane geomarketingowe z danymi z Panelu Gospodarstw Domowych GfK.
- Obliczamy rozkład grupy docelowej na mapie oraz poziom jej zamożności

Geo+MarketShares

- Kalkulujemy wartości mikro rynków, łącząc dane o Siłce Nabywczej GfK z danymi z badań panelowych i ad hoc oraz danymi sprzedażowymi zamawiającego

- Szacujemy wartość kategorii oraz określamy poziom udziałów rynkowych

Geo+DistributionPartners

- Przeprowadzamy szczegółową analizę dystrybucji poprzez ocenę potencjału i efektywności punktów sprzedaży będących w obsłudze bezpośredniej i pośredniej.
- Wskazujemy modelowe punkty sprzedaży, jak i punkty, w które nie warto inwestować, a także sklepy, które mają realną szansę na wzrost sprzedaży.
- Bazując na Uniwersum sklepów GfK, wskazujemy nowe punkty i modyfikujemy obecne pokrycie

Geo+SalesTerritories

- Budujemy i reorganizujemy terytoria sprzedaży przy uwzględnieniu kryteriów dotyczących potencjału, obrotów, liczby punktów, czasu dojazdu, itp.
- Na podstawie wspólnie opracowanych założeń tworzymy scenariusze skutecznej struktury sprzedaży.
- Wszystkie wyniki przedstawiamy na mapach cyfrowych oraz raportach.

KONTAKT

W przypadku pytań prosimy o kontakt:

Agnieszka Szlaska-Bąk | agnieszka.szlaska-bak@gfk.com | T +48 22 43 41 612
GfK Polonia, Customer Analytics & Sales Strategies

www.gfk.com



GfK. Growth from Knowledge