



market research

MAPPING GIS-DATEN

Optimierung von Standortentscheidungen

Auf Basis einer persönlichen Begehung von Straßenzügen im Einzugsgebiet liefert das IWD Daten, wie Wettbewerberstandorte, Hausnummernabschnitte, exakte Haushaltszahlen, private und geschäftliche Nutzungsformen sowie die Werbeverweigerungsquote – bedeutende Kennziffern zur Optimierung von Standortentscheidungen, Aktionen im Bereich Werbung und Analysen im GEO-Marketing.

Jeder Werbeleiter und GIS-Verantwortliche kennt das Problem – Haushaltszahlen auf Straßenebene sind im Markt nur als hochgerechnete und doch sehr ungenaue Daten verfügbar. Um aber optimale Marketingmaßnahmen, wie z. B. Handzettelverteilung oder andere Printwerbung im geografischen Einzugsgebiet ihrer POS Filiale durchführen zu können, benötigt man eine Reihe an Informationen. Diese können zwar zum Teil GEO-Informationssystemen oder den Angaben von Verteilunternehmen und Werbeagenturen entnommen werden, jedoch fehlt es an Präzision dieser Daten. Insbesondere in ost- und südeuropäischen Märkten, die für das Wachstum so bedeutend sind, fehlen meist Haushaltszahlen, denen man vertrauen kann.

MARKETINGMASSNAHMEN ERFORDERN
PRÄZISE GEOGRAFISCHE INFORMATIONEN

PRÄZISIONSARBEIT

Im Rahmen von persönlichen Straßenbegehungen erfassen wir hochrelevante Daten zur optimalen Berechnung von Werbemittelmengen.



EXAKTE DATENERHEBUNG VOR ORT ANSTELLE VON HOCHRECHNUNGSMODELLEN

IWD GIS-Mapping bietet Ihnen:

- Exakte Datenerhebung vor Ort in 21 Ländern
- Persönlichen Begehung relevanter Straßenzüge
- Erfassung der Anzahl von Haushalten insgesamt
- Anzahl von Werbeablagen/Briefkästen
- Werbeverweigerungsquoten auf Straßenebene



21

LÄNDER EUROPAS

17

JAHRE ERFAHRUNG

