

Pressemitteilung

Datum
22. Juni 2009

Pressekontakt:
Cornelia Lichtner

Durchwahl
Tel. +49 (0) 72 51 / 92 95 - 270
Fax. +49 (0) 72 51 / 92 95 - 290

E-Mail
c.lichtner@gfk-geomarketing.com

Erfolgsfaktor „GeoMarketing“ sorgt für großes Interesse bei deutschen Unternehmen

Mit Abschluss der GfK GeoMarketing Roadshow in sechs deutschen Städten haben rund 200 Besucher Anwendungsbereiche und Praxisbeispiele für regionale Marktanalysen mit GeoMarketing kennen gelernt. Gerade in Krisenzeiten bietet GeoMarketing Unternehmen eine solide Grundlage zum Aufdecken von Potenzialen und Optimierungen in Vertrieb und Marketing.

GfK GeoMarketing führte vom 26. Mai bis 18. Juni 2009 eine deutschlandweite Roadshow durch. Zahlreiche Praxisbeispiele, vorgetragen von Experten von GfK GeoMarketing und Vortragspartner D&B, boten den Besuchern die Möglichkeit, den Nutzen und die Einsatzmöglichkeiten von GeoMarketing-Komponenten wie Software, regionalisierten Markt- und Potenzialdaten oder digitalen Landkarten kennen zu lernen bzw. ihre Kenntnisse zu vertiefen.

Doris Hardt-Beischl, Vertriebsleiterin von GfK GeoMarketing, ist sich sicher, dass die Besucher viel von den Abenden mitnehmen konnten: „Die Besucher haben die Referate aufmerksam verfolgt und lebhaft mit unseren GeoMarketing Consultants Erfahrungen ausgetauscht und individuelle Tipps eingeholt. Und angesichts der rund 200 Besucher und der guten Resonanz bieten wir sicher zu gegebener Zeit wieder eine Roadshow an. Diese praxisorientierte Wissensplattform bietet GeoMarketing-Interessenten und Anwendern eine in dieser Form einzigartige Gelegenheit, sich zum Thema GeoMarketing weiterzubilden und untereinander auszutauschen. Dazu stellen wir gerne unser Fachwissen und langjährige Praxiserfahrung zur Verfügung.“

Wer die diesjährige Roadshow verpasst hat, kann die GeoMarketing-Lösungen von GfK GeoMarketing auch regelmäßig auf Messen live kennen lernen. Der nächste Messetermin ist die mailingtage-Fachmesse in Nürnberg, wo GfK GeoMarketing am 24. und 25. Juni in Halle 4A am Stand 111 zu finden ist. Dort wird auch Andreas Elble,

GfK GeoMarketing GmbH

www.gfk-geomarketing.de
info@gfk-geomarketing.com

Geschäftssitz Bruchsal:
Werner-von-Siemens-Str. 9
Gebäude 6508
D-76646 Bruchsal
Tel +49 (0)7251/9295-100
Fax +49 (0)7251/9295-290

Standort Hamburg:
Hans-Henny-Jahnn-Weg 53
D-22085 Hamburg
Tel +49 (0)40 / 227 112 - 0
Fax +49 (0)40 / 227 728 2

Standort Nürnberg:
Nordwestring 101
D-90419 Nürnberg
Tel +49 (0)911 / 395 - 2509
Fax +49 (0)911 / 395 - 4054

Management Board:
Olaf Petersen
Wolfram Scholz
Dr. Eberhard Stegner





Amtsgericht Mannheim
HRB 250872
Ust-ID: DE 143585033

GeoMarketing Consultant bei GfK GeoMarketing, am 25. Juni um 13:15 Uhr einen Fachvortrag zum Thema „GeoMarketing im Einzelhandel/ Zielgruppenfindung“ halten.

GeoMarketing wird in der Kunden- und Marktanalyse, der Vertriebsgebietsplanung sowie der Filialnetzplanung eingesetzt und gilt als wesentlicher Erfolgsfaktor für Unternehmen. Auch in gesättigten Märkten oder schwachen Marktphasen helfen GeoMarketing-Werkzeuge wie regionale Marktdaten und Landkarten-Software, ungenutzte Marktpotenziale zu finden und regional gezielt zu erschließen. Damit ermöglicht GeoMarketing nicht nur Einsparungspotenziale wie etwa bei der Marketing-Kampagnenplanung nach regionalen Zielgruppen, sondern deckt auch zusätzliche Absatzchancen für den Vertrieb auf. GeoMarketing dient zudem der objektiven Entscheidungsfindung und Transparenz in allen Fragestellungen mit Ortsbezug, von Anwendungen in Marketing, Vertrieb und Controlling bis hin zu strategischen Beschlüssen in Expansion und Geschäftsführung.

Zu GfK GeoMarketing

GfK GeoMarketing ist einer der größten europäischen Anbieter von GeoMarketing-Lösungen und hat Anwender und Kunden aus allen Branchen. Die Kernbereiche des Unternehmens sind:

-  Beratung und Gutachten
-  Marktdaten
-  Digitale Landkarten
-  GeoMarketing-Software RegioGraph

GfK GeoMarketing ist eine 100%ige Tochter der weltweit agierenden GfK-Gruppe. Die GfK ist in derzeit 100 Ländern mit über 115 Tochterunternehmen und rund 10.000 Beschäftigten vertreten. Sie belegt Platz 4 im weltweiten Ranking der Marktforschungsinstitute.

Weitere Informationen unter www.gfk-geomarketing.de.