

Pressemitteilung

Datum
4. Februar 2010

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

Ankündigung: GfK GeoMarketing bietet im April zwei Fachtagungen für GeoMarketing im Handel

„Point of Sale 2010 “ – unter diesem Namen veranstaltet GfK GeoMarketing im April zwei Branchen-Fachtagungen in Nürnberg und Köln. Von Absatzplanung bis Zielgruppenanalyse – GeoMarketing ist für den Handel heute das Mittel der Wahl bei der Optimierung von Distribution, Marketing und Vertrieb. Die Fachtagungen bieten den Besuchern in kompakter Form eine fachliche Weiterbildung zu GeoMarketing und zeigen konkret, welche Möglichkeiten es speziell dem Handel bietet.

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) 72 51 / 92 95 - 100
Fax + 49 (0) 72 51 / 92 95 - 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

Die erste GeoMarketing-Fachtagung speziell für Handelskunden, veranstaltet von GfK GeoMarketing, findet an zwei Terminen und Orten statt: Am Dienstag, den **27.04.2010** im Sheraton Carlton, **Nürnberg** und am Donnerstag, den **29.04.2010** im Schloss Bensberg, bei **Köln**.

Die Fachtagung soll GeoMarketing-Anwendern aus dem Bereich Handel näherbringen, wie GeoMarketing für die verschiedenen Aufgaben und Fragestellungen eingesetzt werden kann. Ausführliche Fallbeispiele aus der Praxis machen die Veranstaltung auch für erfahrene GeoMarketing-Anwender lohnend.

Die Inhalte der Vorträge sind speziell auf die Aufgabengebiete von Entscheidern aus der Handelsbranche zugeschnitten:

- **Qualität entscheidet: Was einen "guten" Standort macht**
1A-Lage, im Fachmarktzentrum, wohnortnah oder doch im Shoppingcenter? Darauf gibt es keine pauschale Antwort. Wohl aber klare Entscheidungshilfen für Expansion oder Filialnetzoptimierung. GfK GeoMarketing-Profis zeigen, was Einzelhändler, Investoren und Kommunen für die erfolgreiche Standortentwicklung tun können.
- **Mehr Umsatz am Point of Sale mit regionalen Zielgruppensdaten**
Zielgenaue Absatzplanung: Regionale Marktdaten ermöglichen die erfolgreiche Positionierung von Standorten. Ob Sortimentsplanung, Werbemittelstreuung oder Produkteinführung: Die Besucher erfahren, wie Zielgruppen- und

Unternehmensdaten auf der digitalen Landkarte zur sicheren Entscheidungsgrundlage werden.

- **Filialen unter der GeoMarketing-Lupe: So funktioniert die Marktanalyse**
Wie bewertet man eine Filiale, ein Filialnetz oder auch ein Vertriebsgebiet? Wo lohnt sich Expansion, wo nicht? Welche Umsätze sind an welchem Standort zu erwarten? Die Besucher lernen, wie GeoMarketing bei diesen Fragen unterstützt und erhalten Einblick in die Daten und Berechnungen, die zum Einsatz kommen.
- **Gewusst wo: Erfolgreich auf Expansionskurs in ganz Europa**
Ist jetzt der passende Zeitpunkt für den Markteinstieg im Ausland? In Europa leben über 600 Mio. potenzielle Kunden und wer diesen Markt richtig einschätzt, hat gute Aussichten. Der vierte Fachvortrag zeigt, wie GeoMarketing-Anwender die passenden Regionen und Standorte für das Engagement im Ausland finden.

Oliver Giehse, Retail Consultant bei GfK GeoMarketing, freut sich auf die Veranstaltungen: „ Mit der Fachtagung „Point of Sale 2010“ wollen wir ganz speziell für Handelsunternehmen unsere Lösungen, Fachwissen und Erfahrungen komfortabel direkt vor Ort zugänglich machen. Dafür haben wir ein Konzept auf die Beine gestellt, das es Besuchern erlaubt, an nur einem Nachmittag viele Informationen und wertvolle Praxistipps mitzunehmen. Wir bieten damit eine echte fachliche Weiterbildung zum Thema GeoMarketing.“





Die Veranstaltungen sind so konzipiert, dass nach dem offiziellen Vortragsteil bei einem Buffet für die Teilnehmenden die Gelegenheit besteht, sich zu vernetzen und sich auch mit den Experten und Beratern von GfK GeoMarketing über individuelle Fragestellungen auszutauschen.

Mehr Informationen und Anmeldung unter www.gfk-geomarketing.de/fachtagung. Die Veranstaltungen beginnen um 14 Uhr und enden gegen 18:30 Uhr. Die Teilnehmeranzahl ist begrenzt. Eine frühzeitige Anmeldung wird empfohlen.

Grafiken in Druckauflösung finden Sie unter:
www.gfk-geomarketing.de/fachtagung_grafik

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 Prozentige 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.