

Pressemitteilung

Datum
30. April 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

POS-Fachtagungen: Erfolgsfaktor „GeoMarketing“ begeistert Teilnehmer aus der Handelsbranche

Mit Abschluss der beiden POS-Fachtagungen, den GfK GeoMarketing-Fachtagungen für den Handel, haben rund 80 Besucher Anwendungsbereiche und Praxisbeispiele von GeoMarketing im Handel kennen gelernt. Gerade in Krisenzeiten bietet GeoMarketing Handelsunternehmen eine objektive und präzise Grundlage zum Aufdecken von regionalen Marktpotenzialen.

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

GfK GeoMarketing hat am 27. und 29. April zwei Fachtagungen für GeoMarketing im Handel veranstaltet. Mit zahlreichen Praxisbeispielen boten die „Point-of-Sale“-Fachtagungen den Besuchern die Möglichkeit, die Einsatzmöglichkeiten von GeoMarketing im Handel kennen zu lernen bzw. ihre Kenntnisse zu vertiefen. In mehreren Vorträgen erfuhren die Teilnehmer Wissenswertes zur Standortwahl, Zielgruppenselektion und zielgenauen Absatzplanung im Handel.

Themen der Vorträge waren:

- Qualität entscheidet: Was einen "guten" Standort macht
- Mehr Umsatz am Point of Sale mit regionalen Marktdaten
- Den Wettbewerb im Blick: Was tut sich in meinem Umfeld?
- Filialen unter der GeoMarketing-Lupe: So funktioniert die Marktanalyse
- Gewusst wo: Erfolgreich auf Expansionskurs in ganz Europa

Die Vorträge der Fachtagung werden den Abonnenten des GfK GeoMarketing Newsletters zur Verfügung gestellt.

(Registrierung unter www.gfk-geomarketing.com/enews.)

Doris Hardt-Beischl, Vertriebsleiterin von GfK GeoMarketing, freut sich über das Interesse an der komplett ausgebuchten Veranstaltung: „Die Besucher konnten viel für sich mitnehmen. Sie haben die Referate aufmerksam verfolgt und sich intensiv mit

unseren GeoMarketing-Consultants ausgetauscht und individuelle Tipps eingeholt. Über die Fachtagungen hinaus stellen wir natürlich jederzeit gerne unser Fachwissen und langjährige Praxiserfahrung im Bereich Handel zur Verfügung.“

Messetermine GfK GeoMarketing





Wer die Fachtagungstermine in 2010 verpasst hat, kann die GeoMarketing-Lösungen von GfK GeoMarketing aber auch regelmäßig auf Messen live kennen lernen. Die nächsten Messetermin sind die salesServices-Fachmesse in Mainz am 19 und 20. Mai und die mailingtage-Messe in Nürnberg am 16.-17. Juni.

Zu GeoMarketing

GeoMarketing-Werkzeuge wie regionale Marktdaten und Landkarten-Software helfen, 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.