

GIS i analizy lokalizacyjne napędzają biznes

Rozumienie geografii i wykorzystanie informacji o lokalizacji należą do grupy jednych z najstarszych umiejętności człowieka. Dzisiaj analityka lokalizacyjna to połączenie analityki biznesowej i technologii informacyjnej. Mapy pomagają podejmować lepsze decyzje umożliwiając szersze spojrzenie i głębsze rozumienie problemów. Zarówno w pojedynczym wydziale, jak i w całej organizacji analityka lokalizacyjna i GIS oferują nieograniczone możliwości.

Lokalizacja jest istotna dla wszystkich aspektów prowadzenia biznesu, poczynając od podjęcia decyzji, gdzie zlokalizować nowy sklep, po optymalizację łańcucha dostaw lub organizowanie rozwiniętych kampanii marketingowych, aby utrzymać istniejących i zdobyć nowych klientów. Od dziesięcioleci biznes wykorzystywał systemy informacji geograficznej do analizowania, wizualizowania i pomocy w rozumieniu informacji lokalizacyjnych oraz do podejmowania na ich podstawie lepszych decyzji biznesowych. Dzisiaj organizacje mogą wykorzystywać Esri Location Analytics do uzyskiwania głębszego wglądu w aspekty geograficzne w wykorzystywanych przez nie systemach biznesowych, takich jak zarządzanie relacjami z klientami, analityka biznesowa, czy oprogramowanie biurowe.

Dlaczego lokalizacja?

Lokalizacja ma znaczenie. I nie tylko w związku z masowym wykorzystywaniem smartfonów, aplikacji związanych z miejscem, czy gwałtownym rozwojem zbiorów danych typu Big Data, wykorzystujących lokalizację. Lokalizacja ma znaczenie, ponieważ wiąże ze sobą wiele działań biznesowych i pozwala rozwiązywać problemy do tej pory nierozwiązywalne. Umożliwia zadawanie nowych pytań i uzyskiwanie wglądu i lepszego rozumienia problemów dzięki nowemu spojrzeniu na tradycyjne

dane takie jak informacje o sprzedaży, kosztach, czynnikach zysku, a także informacje o klientach i ich potrzebach. Lokalizacja jest zawarta w wielu informacjach nowego typu, które są kluczowe dla działań biznesowych prowadzonych w 21. wieku. Są to informacje z mediów społecznościowych, statystyki z aplikacji typu „check-in”, statystyki mobilnego wyszukiwania produktów i usług oraz inwestowania on-line. Także każda oferta i każdy kontakt marketingowy są związane z określonym miejscem. Dzięki tym wszystkim informacjom uzyskujemy bardziej przejrzysty obraz swojego biznesu.

Efektywność handlu detalicznego

Czy chciałbyś wiedzieć, gdzie i dlaczego szybko wyczerpują się zapasy i za chwilę może zabraknąć towaru? Po prostu dodaj lokalizację. Czy chciałbyś lepiej poznać otoczenie konkurencyjne, w którym działasz? Po prostu dodaj lokalizację. Używanie GIS-u i analityki lokalizacyjnej pozwala handlowcom analizować, modelować, oceniać, śledzić i rozumieć rynki z uwzględnieniem lokalizacji. To pozwala utrzymywać zapasy na właściwym poziomie dzięki czemu z jednej strony nie zabraknie ci towaru, a z drugiej – nie będziesz musiał wyprzedawać nadwyżek, co prowadziłoby do obniżania zysków.

Wzmacnianie rynkowej pozycji marki

Platforma ArcGIS umożliwia prowadzenie pogłębionych analiz, ocen i wyboru najlepszych lokalizacji punktów sprzedaży w oparciu o potencjał rynkowy. Dzięki temu możesz optymalizować sieć punktów sprzedaży i maksymalizować sprzedaż w każdym z nich. Jest to kluczowy element osiągnięcia sukcesu w rozwoju i wzroście biznesowej pozycji marki oraz jej znaczenia.

Ascena Retail Group, Inc.

Ascena Retail Group, Inc. jest liderem wyspecjalizowanym w sprzedaży detalicznej odzieży dla kobiet i nastolatków w USA, Kanadzie i Porto Rico. Głównym celem sklepów grupy Ascena jest zaspokajanie potrzeb i preferencji trzech grup klientek. Ascena zintegrowała narzędzia analityczne Esri, dane demograficzne i usługi wizualizacji map w swoich procesach biznesowych dla potrzeb lepszego analizowania, zarządzania i wizualizacji informacji o punktach sprzedaży detalicznej.

Charakter Grupy Ascena i odnoszone przez nią sukcesy wyrażają te same wartości, które w latach 60-tych 20. wieku określili założyciele Grupy: wysoka jakość, ciekawy styl i obsługa klientów na wysokim poziomie. W świecie, w którym społeczności i ich priorytety ulegają ciągłym zmianom, GIS stanowi efektywne narzędzie wspomagające firmy Grupy Ascena w reagowaniu na zmieniające się trendy.

Wdrożenie technologii Esri Business Analyst™ i wykorzystywanie danych demograficznych wspomaga rozwój punktów sprzedaży i planowanie rynku pod kątem zwiększenia satysfakcji klientów. Umożliwia to określanie kluczowych segmentów rynku i profili sklepów, zapewniając, że każdy z nich osiąga swój maksymalny potencjał rynkowy. Ascena wykorzystuje GIS do szybkiej oceny przydatności lokalizacji, ukierunkowania procesów rozwojowych, a także do redukcji kosztów i czasu potrzebnego do realizacji projektów.

Łańcuch dostaw przynoszący większe zyski

Dzisiejsze łańcuchy dostaw są globalne i współzależne. Tajfun w Azji może mieć wpływ na twój biznes prowadzony w Europie, podczas gdy wymagania klientów północnoamerykańskich określają twój sposób realizacji produkcji. GIS, analizy lokalizacyjne i usługi integracji danych pomagają pokazać łańcuch dostaw, zredukować ryzyko i lepiej dostosować produkcję do potrzeb.

Werner Enterprises

Technologia GIS firmy Esri pomaga firmie Werner Enterprises w śledzeniu wykorzystywanej przez nią floty, składającej się z ponad 9000 ciężarówek. Wykorzystując ArcGIS i urządzenia do śledzenia położenia pojazdów tradycyjnie wykorzystywane przez firmy transportowe, Werner Enterprises może teraz dokładniej rozliczać kilometrą i bardziej efektywnie planować trasy ciężarówek.

Firma wdrożyła oprogramowanie ArcGIS for Server, które integruje lokalizację z danymi biznesowymi, zapewniając tym samym lepsze zarządzanie informacją. Werner Enterprises wykorzystuje to oprogramowanie do śledzenia floty i wyposaża swoje ciężarówki w nadajniki, które zapewniają dwukierunkowe przesyłanie danych między pojazdami a centralą firmy w Omaha w stanie Nebraska.

Obecnie dane są łatwo dostępne po wskazaniu ikony ciężarówki na mapie. Następnie wyświetlają się informacje zawierające punkt docelowy każdej trasy, nazwisko kierowcy, czas podróży i rodzaj przewożonego ładunku. Informacje te są kluczowe dla właściwego planowania ruchu ciężarówek i kierowców. Jest to również ważne dla zapewnienia nie przekraczania dozwolonego czasu pracy kierowców, wykonywania zaplanowanych przeglądów pojazdów we właściwym czasie i optymalizacji tras. Integrowanie wszystkich aspektów tych operacji i ich wizualizacja w intuicyjnym środowisku GIS znacznie usprawniło działania firmy.

Lokalizacja poprawia analitykę biznesową

Rozwój każdego biznesu wymaga planowania długoterminowego i często ponoszenia znacznych kosztów. Minimalizuj kosztowne błędy i maksymalizuj efektywność swoich placówek lepiej wybierając ich lokalizacje i lepiej planując rynek.

Petco

Petco jest wiodącą w USA firmą specjalizującą się w handlu artykułami dla zwierząt domowych. Firma działa w ponad 1200 swoich lub nadzorowanych przez siebie placówkach.

Pracownicy firmy zaczęli wykorzystywać rozwiązania Esri do wyboru lokalizacji placówek w celu ograniczenia ryzyka związanego z rozszerzaniem sieci sklepów. Wraz ze wzrostem liczby sklepów, wzrastało ryzyko wyboru nieodpowiednich lokalizacji lub tego, że nowe sklepy zagrażą istniejącym placówkom. Petco poszukiwało rozwiązań usprawniających ocenę zarówno potencjału sprzedaży przez nowe placówki, jak i związanego z tym ryzyka.

Rozwijaj się strategicznie

Poszukiwanie odpowiedniej nieruchomości może zniechęcać, a błędy dużo kosztują. Proces ten wymaga współdziałania, współpracy i komunikowania się pomiędzy różnymi działami, grupami klientów i ekspertami różnych dziedzin. Wykorzystując

GIS i analitykę lokalizacyjną firmy zajmujące się obrotem nieruchomościami mogą lepiej wykorzystywać swoje doświadczenia i intuicję prowadząc analizy ilościowe i wiarygodne prognozy efektywności. Dzięki temu można redukować koszty rozwoju i ryzyko usprawniając jednocześnie proces wyboru nowych lokalizacji poprzez szybsze podejmowanie bardziej świadomych decyzji.

Planet Fitness

Utworzona w 1992 roku w Denver, w New Hampshire, firma Planet Fitness jest najszybciej rozwijającą się siecią siłowni w USA, działającą na zasadach franczyzy. Na terenie całego kraju Planet Fitness otworzyła ponad 600 placówek, w tym 100 tylko w roku 2012. Dzięki tak gwałtownemu wzrostowi firma znalazła się na liście Top500 Inc. magazine.

Współpracując z MacKenzie i Datastory Consulting, oddział Planet Fitness w Maryland wykorzystuje platformę ArcGIS do analizowania lokalizacji i aktualnego składu członków (klientów). Adresy klientów są kodowane kolorami, w zależności od przynależności klubowej. Wizualizacja tych danych pozwala oceniać kiedy i gdzie podejmować działania rozwojowe w celu zaspokajania i wykorzystywania możliwości rynkowych. Na podstawie tych informacji możliwa jest lepsza obsługa aktualnych członków klubu i poszukiwanie najbardziej odpowiednich lokalizacji nowych placówek.

Tekst opracowany na podstawie materiałów źródłowych Esri Inc.