Lokalizacja, lokalizacja, lokalizacja – ale czy tylko?

Firmy wykorzystują rozwiązania Esri ® nie tylko po to, aby zaistnieć na konkurencyjnym rynku nieruchomości, ale także po to, aby prowadzić na nim dochodowe interesy. Firmy odnoszące sukcesy, takie jak EDENS, The Shopping Center Group i MacKenzie Group wiedzą, że zrozumienie lokalnych rynków i przekazanie klientom informacji o sobie może sprawić, że działalność komercyjna przyniesie korzyści lub okaże się klęską.

W przypadku, o którym mówimy, regionalny oddział globalnej spółki handlowej działającej na rynku nieruchomości z powodzeniem realizuje ponad 100 projektów rocznie. Sukces firmy oznacza, że wzrastają jej potrzeby w zakresie analizowania rynku i wyboru nowych lokalizacji. Firma zdaje sobie sprawę, że musi wspierać:

- Ulepszone interakcje, współpracę i komunikowanie się,
- Analizy terenowe, które umożliwią szybsze i skuteczniejsze podejmowanie decyzji przy jednoczesnym ograniczaniu ryzyka,
- Usprawnione i ulepszone procesy wyboru lokalizacji, które będzie wdrażał cały zespół firmy,
- Lepsze narzędzia marketingowe w celu promowania najlepszych miejsc dla najbardziej odpowiednich klientów.

Wszystko razem dla lepszej współpracy

Pracownicy firmy posiadają ogrom informacji o nieruchomościach. Dysponują także danymi demograficznymi i rynkowymi, wraz z informacjami o klientach, o kryteriach oceny powodzenia działań, o modelach finansowych wykorzystywanych na rynku nieruchomości oraz o najemcach. Dotychczasowe inwestycje

w smartfony i tablety pozwalają firmie na szybkie pozyskiwanie informacji w terenie. Personel może identyfikować, analizować i wizualizować kluczowe czynniki wpływające na przyszłą rentowność lokalizacji i działań rozwojowych.

Wzbogacenie wglądu biznesowego drogą do sukcesu

Podobnie jak większość organizacji na rynku nieruchomości, omawiana firma zainwestowała w system zarządzania treściami korporacyjnymi, którego celem było wspieranie wielu podstawowych działań firmy, począwszy od planowania projektów do marketingu i zarządzania portfelem prac. Korzystając z Esri Maps for Office, firma prowadzi analizy biznesowe w znanym środowisku programowym. Jego szerokie wykorzystywanie – przez każdego członka zespołu i każdy wydział – pozwala firmie tworzyć nowe przepływy pracy, które szybko przetwarzają wykazy nieruchomości, w tym miejsca o określonych możliwościach rozwojowych i inwestycyjnych, w wysoce efektywne mapy (historie opowiedziane mapami), bogate infografiki oraz wgląd w rynek. I co więcej, statyczne zrzuty ekranu i raporty papierowe są przetwarzane w interaktywne prezentacje PowerPoint, które łączą informacje wewnętrzne i dane klienckie z wiarygodnymi danymi z map internetowych i usług danych Esri.

To prowadzi do zmiany sposobu, w jaki tworzy się wgląd w rynek i dzieli się go z zainteresowanymi stronami. Łatwo można określić czynniki prowadzące do sukcesu. Gdy wymagane były nowe dane, można je było szybko pozyskać i wspólnie przeanalizować, dzięki czemu wykorzystywano wspólne doświadczenia i wiedzę różnych pracowników. Znacznie skrócił się czas spędzony na podejmowaniu decyzji, zaoszczędzony czas poświęcono na bardziej szczegółowy przegląd i rozważania alternatywnych scenariuszy, które potencjalnie mogły przynieść większy zwrot z inwestycji z niższym kosztem i ryzykiem. Te same dane, które usprawniły proces podejmowania decyzji, są również wykorzystywane do tworzenia bardziej atrakcyjnych

pakietów marketingowych, które w pełni potwierdzają wysoka kulturę i wartość firmy.

Analizując lepsze wyniki działania firma stwierdziła, że była w stanie przekroczyć założenia branżowych analityków statystycznych, którzy zwykle przewidują 6-procentowy wzrost rentowności i 5-procentowy wzrost wydajności.

„Lokalizacja, lokalizacja, lokalizacja" to teraz lokalizacja, dane demograficzne i czas

Na podstawie danych uzyskanych w wyniku nowego sposobu działania i współpracy firma rozwinęła szereg nowych usług dla klientów, które w maksymalnym stopniu wykorzystywały istniejące umiejętności, doświadczenia i wiedzę pracowników. Firma rozpoczęła tworzenie unikalnych produktów informacyjnych, które wzmocniły markę, wykorzystując w tym celu umiejętności pracowników, dane i narzędzia biznesowe, które istniały wcześniej, ale nie były w pełni wykorzystywane.

Korzyści, jakie odniosła firma, obejmowały:

- Zwiększoną zdolność do realizacji projektów przy obniżonych kosztach, elastycznych harmonogramach i budżetach,
- Zwiększone umiejętności i zdolności pracowników prowadzące do poprawy efektywności prowadzonych działań biznesowych,
- Bardziej terminowe podejmowanie decyzji, co wyróżniało firmę od konkurencji i pozwalało jej zyskać przewagę na rynku,
- Wykonywanie analiz w terenie z wykorzystaniem smartfonów, prowadzące do ożywienia inwestycji w dane i aplikacje,
- Zwiększoną wydajność i wykorzystanie technologii i zasobów korporacyjnych bez konieczności wprowadzania

istotnych zmian w strukturze, personelu lub systemach firmy.