

Rozwój sektora spożywczego z wykorzystaniem informacji geograficznej

Sieci i dyskonty spożywcze inwestują w modernizację oraz usprawnianie istniejących punktów sprzedaży, by jeszcze bardziej odpowiadać na zmieniające się potrzeby dzisiejszego klienta. Wspólnym mianownikiem rozwoju dla wielu z nich staje się technologia. Zaś kluczem do sukcesu nie jest jej posiadanie, a wykorzystanie w innowacyjny i mądry sposób.

- Analiza lokalizacji pomaga menedżerom sieci wybrać odpowiedni format sklepu dla każdej placówki.
- Sprzedawcy detaliczni mogą monitorować zachowania swoich klientów, wykorzystując informacje o ich lokalizacji także wewnątrz sklepu i zestawiając je z wybieranymi przez nich towarami.
- Technologia lokalizacyjna używana jest w tym przypadku do określenia „markerów geograficznych”. Ceny artykułów w sklepie są ustalane na podstawie analizy GIS lokalnych danych ekonomicznych.

Dla wielu przedsiębiorstw największym wyzwaniem jest sprośanie zupełnie innym, zróżnicowanym wymaganiom każdego ze swoich kontrahentów, jednak dzięki możliwości precyzyjnego odwzorowania profili populacji i preferencji zakupowych w konkretnych lokalizacjach, np. otoczenie sklepu czy dane osiedle, firmy są w stanie tworzyć codziennie setki raportów demograficznych, psychograficznych oraz tych dotyczących wydatków, prezentując je na unikalnych mapach. Dzięki temu przedsiębiorstwa mogą przyspieszyć proces zapewnienia zgodności z lokalnymi przepisami, a także szybko zwizualizować, w jaki sposób otwieranie nowych oddziałów wpłynie np. na dzielnice o niskich dochodach. Informacje o lokalizacji ułatwiają również charakterystykę popytu,

dostosowanie działań marketingowych do lokalnych preferencji oraz pozycjonowanie marki w celu zwiększenia udziału w rynku.



Systemy analityki lokalizacyjnej (GIS) ułatwiają także wybór nowych lokalizacji w oparciu o identyfikację rynków o najwyższym potencjale zakupowym. Wykorzystywane są do analizy zachowań klientów w galeriach i dużych placówkach handlowych. Pozwalają doskonalić strategię lokalizacji towarów i mają szerokie zastosowanie w optymalizacji dystrybucji pod kątem tras dojazdów czy usprawnianiu łańcucha dostaw. Naturalnie wszystko pod warunkiem, że odpowiednio uwzględnione zostaną kwestie prywatności i bezpieczeństwa. Po wprowadzeniu wytycznych dane geolokalizacyjne mogą ujawnić większy potencjał rozwoju, który do tej pory pozostawał niewykorzystywany.

Więcej na temat rozwoju sektora spożywczego z wykorzystaniem informacji geograficznej znajdziesz [TU](#).