

Standortplanung:

Erfolgsfaktoren identifizieren und gezielt für die Analyse und Planung einsetzen

Filip Vojtech & Oliver Pape
GfK GeoMarketing

14. Mai 2024

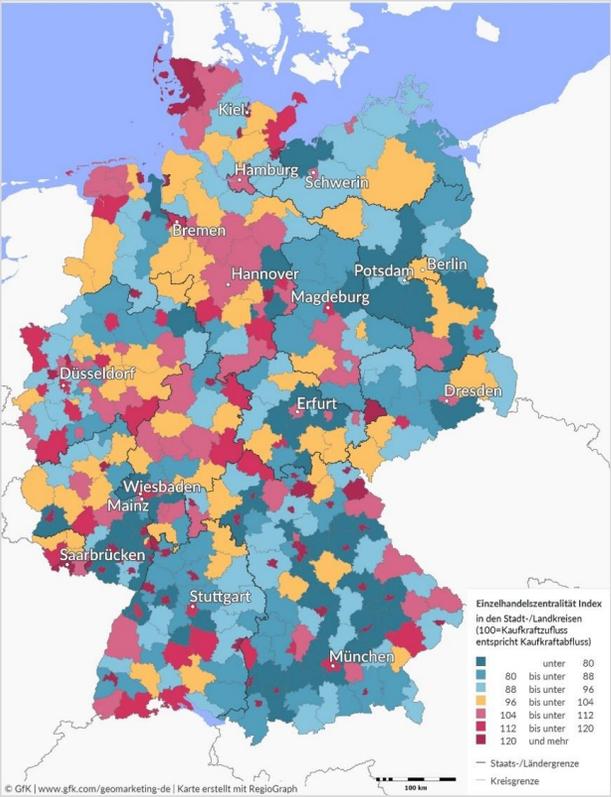
NIQ



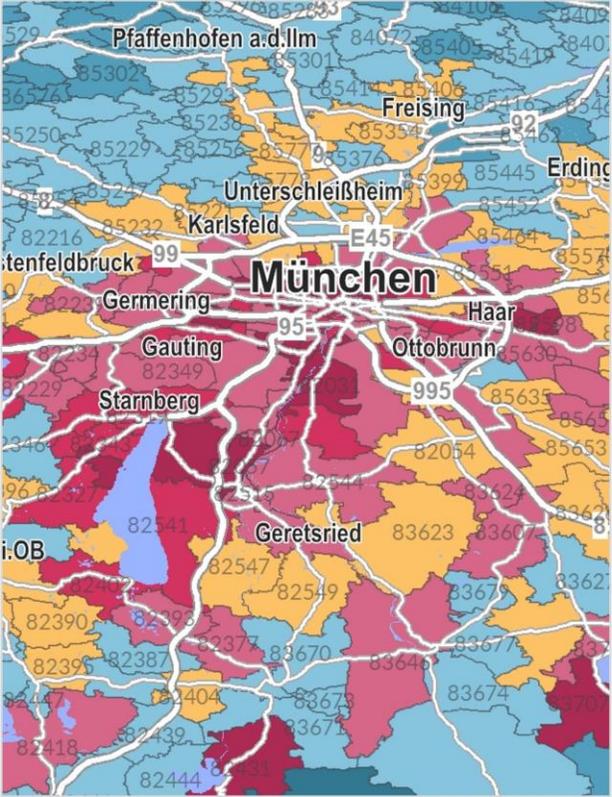
GfK Filialnetzanalyse

Ihr Ziel: Die idealen Standorte für Ihre Filialen!

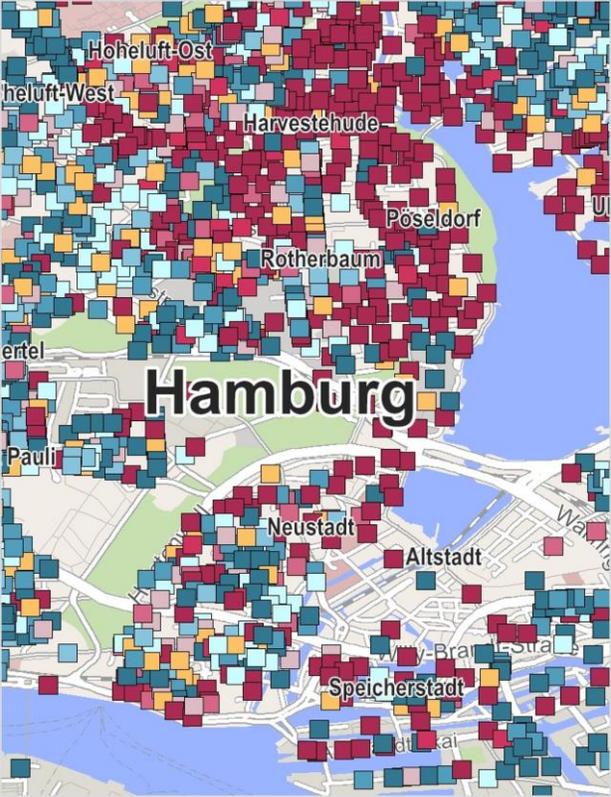
Relevante Regionen



Relevante Städte & Stadtteile



Relevante Standorte



GfK Filialnetzanalyse

Wie wir Konsumenten ticken, drei Grundprinzipien:

1. Der Kunde kann seinen Bedarf an verschiedenen Einkaufsstätten decken.
2. Die Wahl der Einkaufsstätte ist abhängig von **Entfernung** und **Attraktivität** des Angebots.
3. Je näher und je attraktiver eine Einkaufsstätte ist, desto wahrscheinlicher wird der Einkauf an dieser Einkaufsstätte erfolgen.



Schritt 1:
Wie gut kennen Sie die
standortabhängigen
Erfolgsfaktoren
& Misserfolgs-Faktoren
Ihrer Filialen?



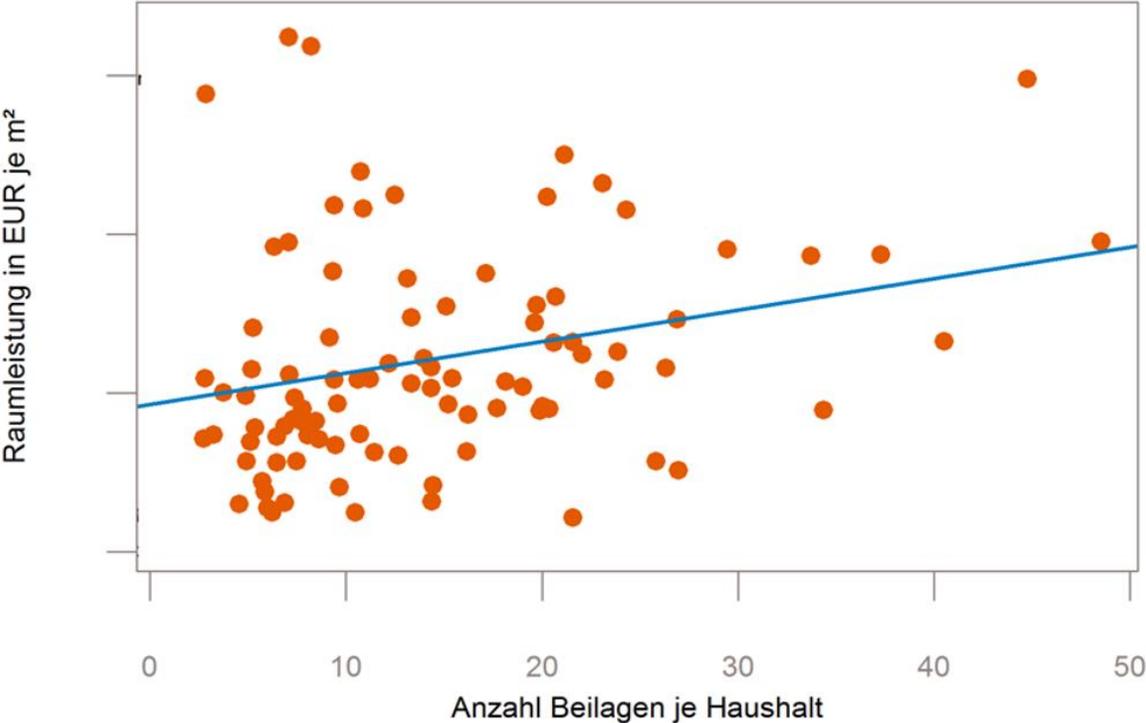
GfK Filialnetzanalyse

Schritt 1: Identifizieren Sie Ihre standortabhängigen Erfolgsfaktoren statistisch!



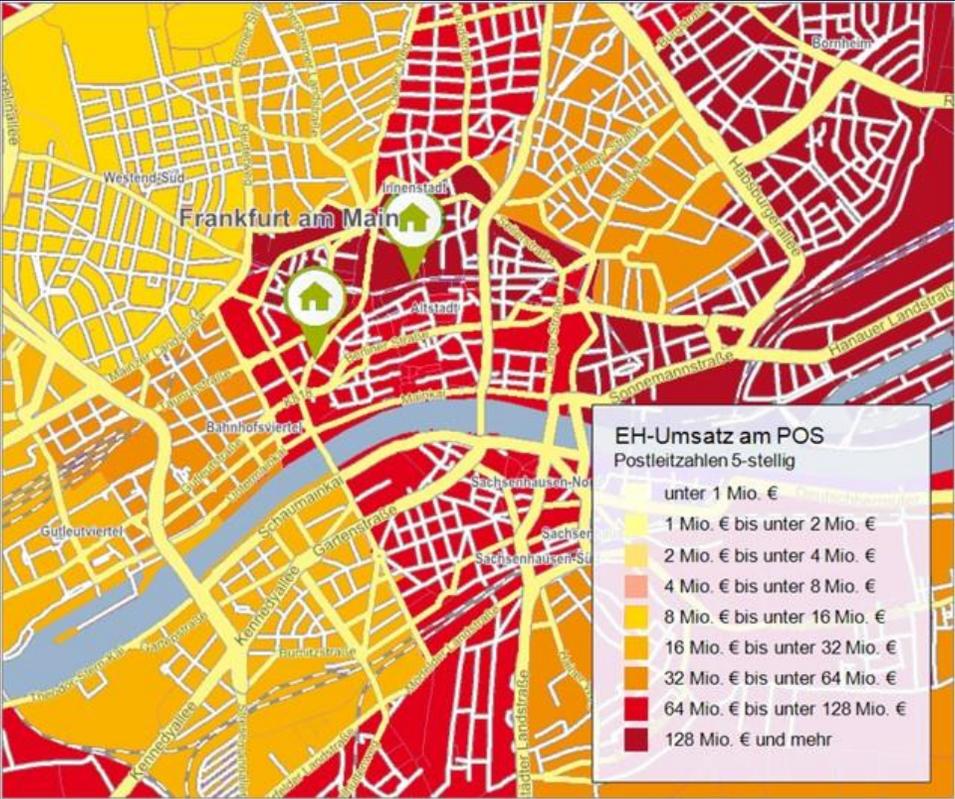
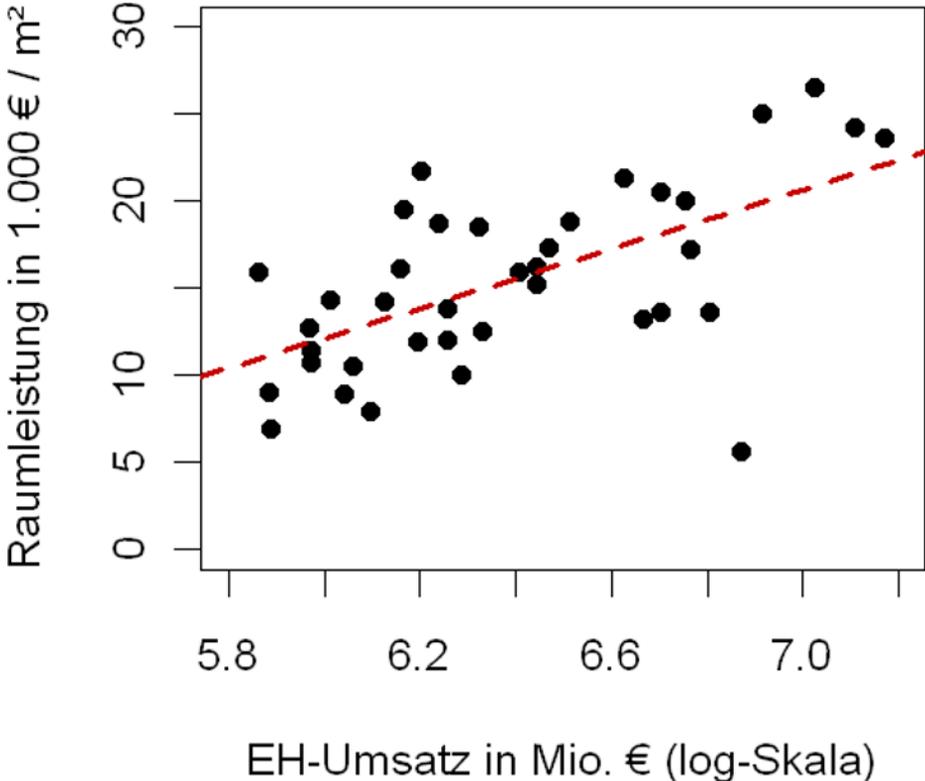
Erfolgsfaktorenanalyse

Beispiel: Raumleistung nach Werbedruck



Erfolgsfaktorenanalyse

Beispiel: Auswirkung des Einzelhandelsumsatzes



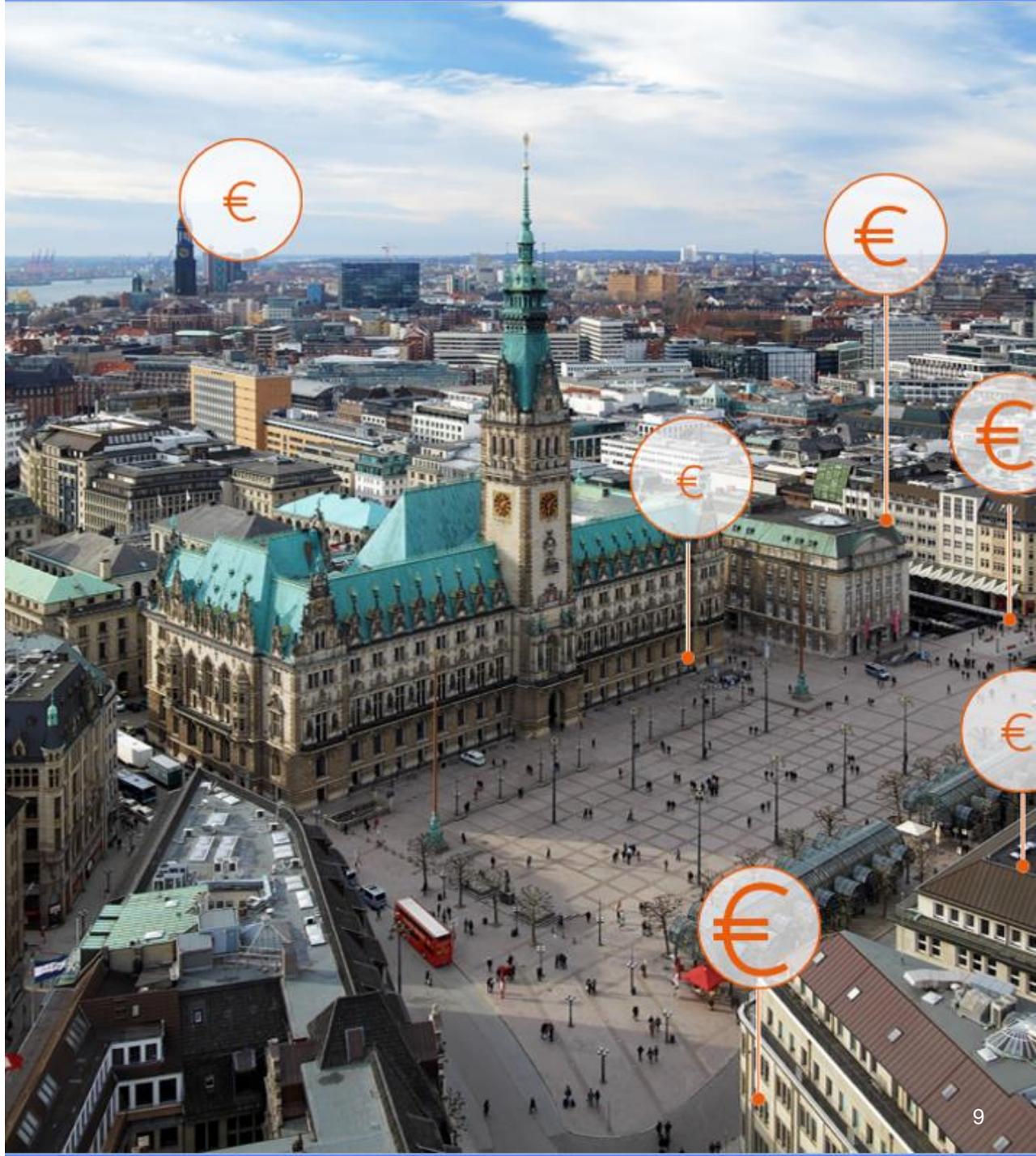
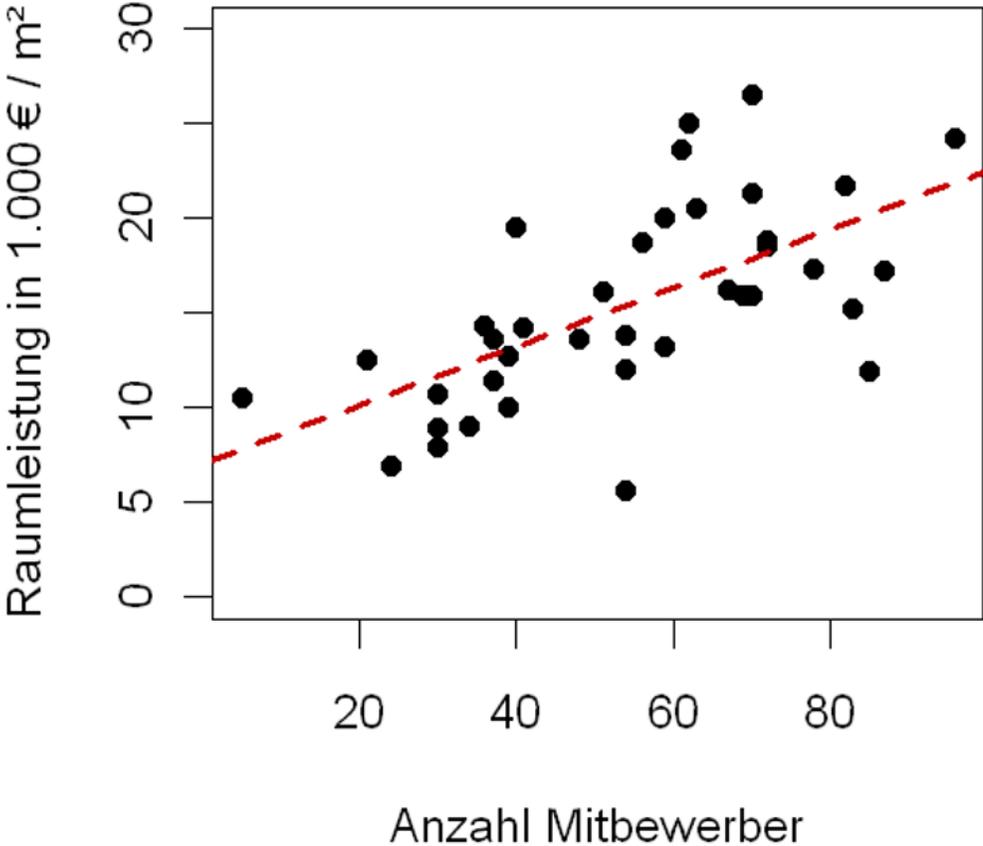
Erfolgsfaktorenanalyse

Beispiel: Raumleistung nach Siedlungsstrukturen



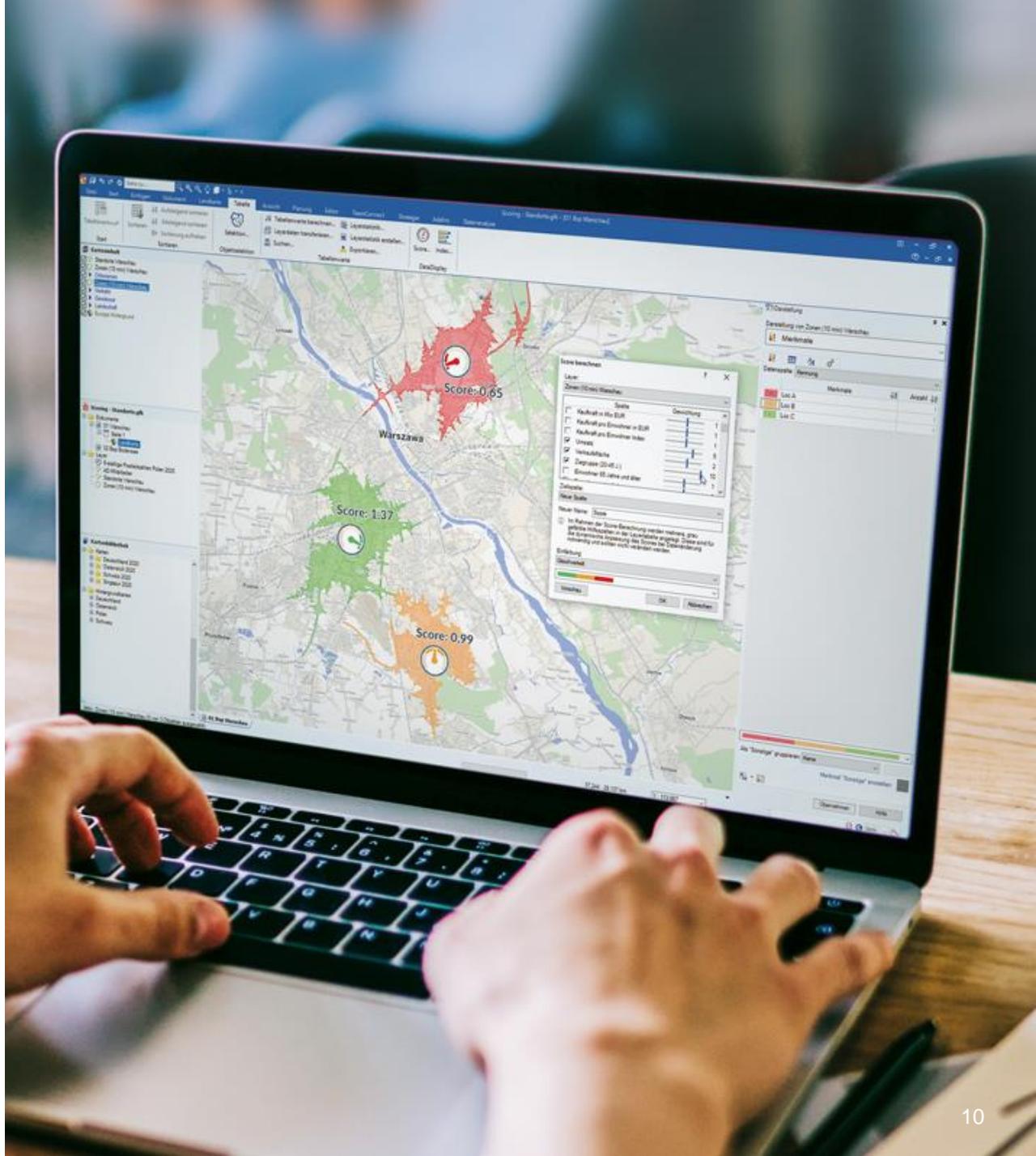
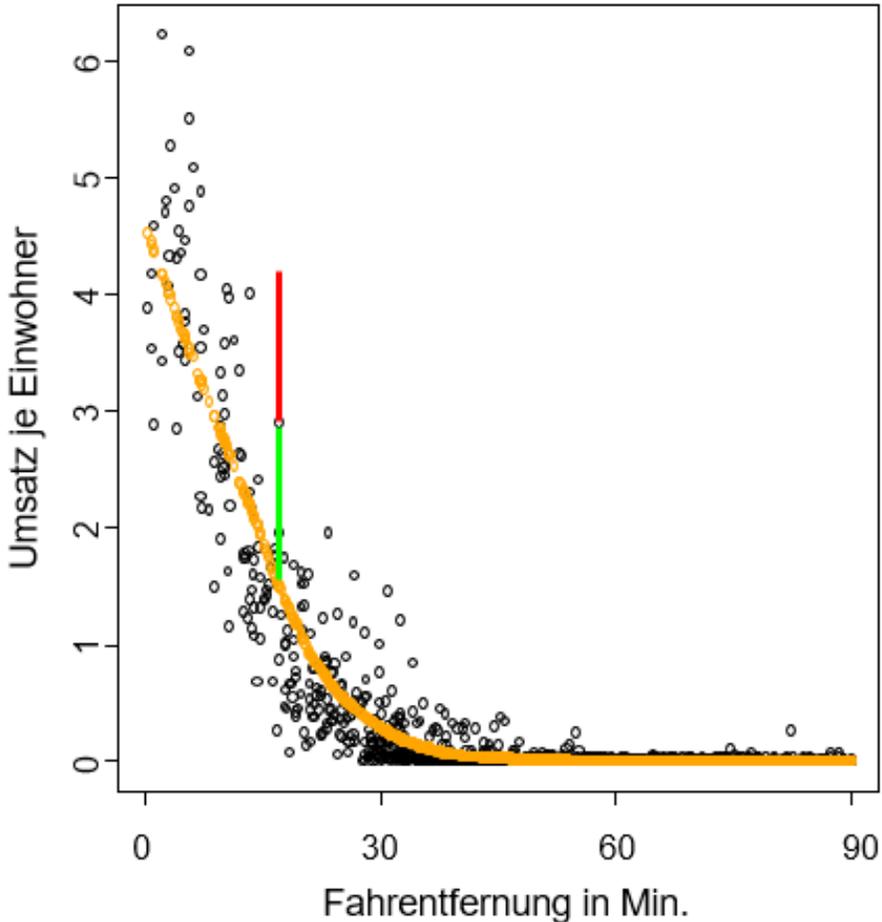
Erfolgsfaktorenanalyse

Beispiel: Einfluss von Mitbewerbern



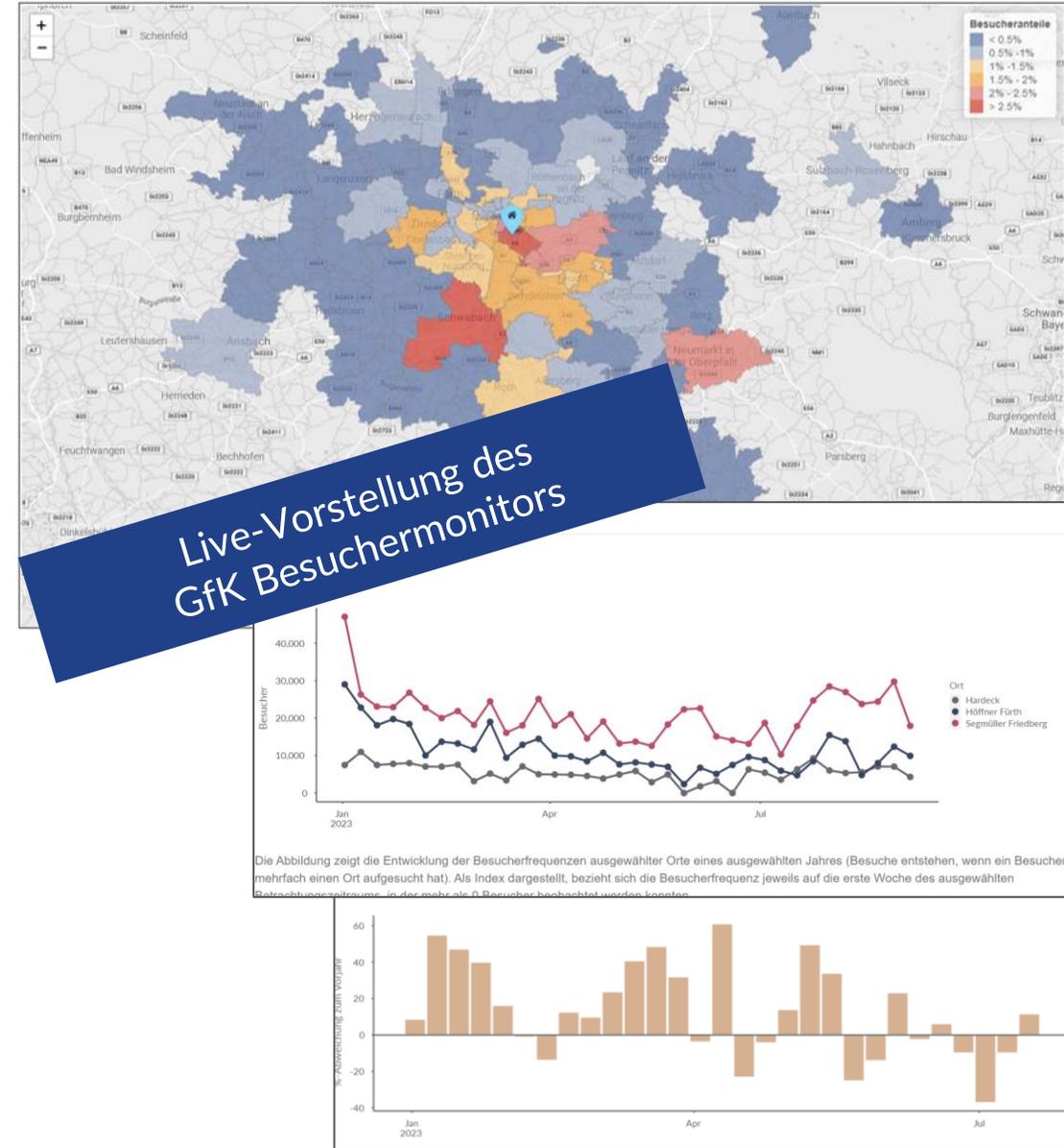
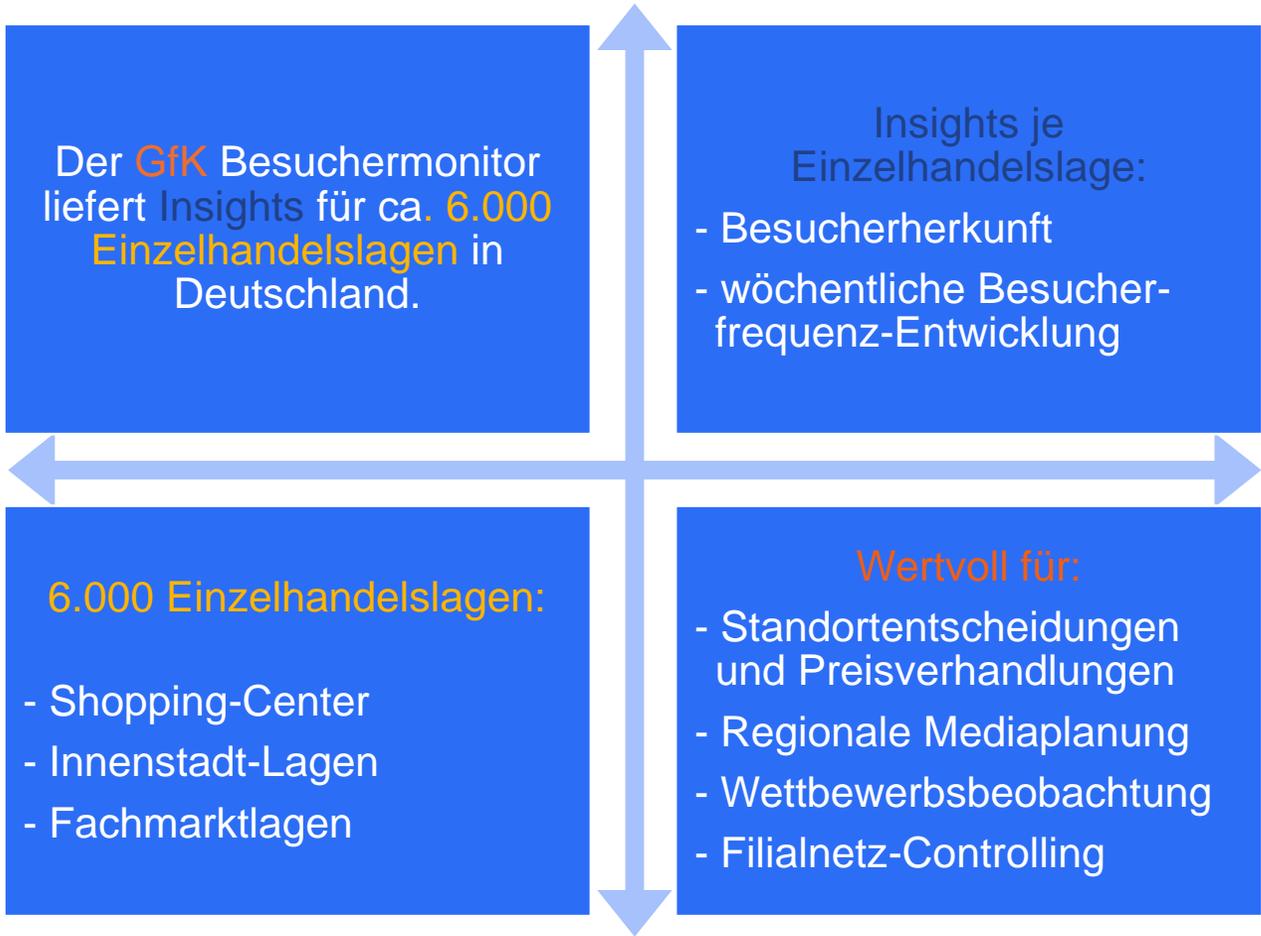
Erfolgsfaktorenanalyse

Beispiel: Größen und Relevanz Ihrer Einzugsgebiete



Erfolgsfaktor Besucherfrequenz!

GfK Besuchermonitor für den deutschen Einzelhandel



Schritt 2: Starten Sie Ihre Standortplanung



**Haben Sie
noch Fragen?**



Filip Vjtech
Senior Consultant



Oliver Pape
Senior Consultant

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

NIQ

