





GEO ANALYTICS - Motionlogic

Telekom und KPMG liefern datengetriebene Antworten auf strategische Fragen im stationären Handel




Hat der Kunde eine methodische Strategie zur Identifikation von optimalen Einzugsgebieten implementiert?



Wie können Öffnungszeiten etc. anhand von Verhaltenssimulationen der Zielgruppen optimiert werden?

Steht mein Kunde vor Expansionsfragen?



Kann der Kunde seine Verkaufszahlen durch eine Standortverlagerung steigern?

Welches Marktpotenzial haben neue und etablierte Standorte?



Telekom und KPMG liefern datengetriebene Antworten auf strategische Fragen im stationären Handel

Partnerlösung Telekom & KPMG:

- Priorisierung von Investitionsszenarien und Datenbasierte Bestimmung des Einzugsgebiets
- Analytische Ermittlung des Marktpotentials durch Berechnung der Anziehungskraft auf die potentielle Kundschaft
- Kundenverhaltenssimulation

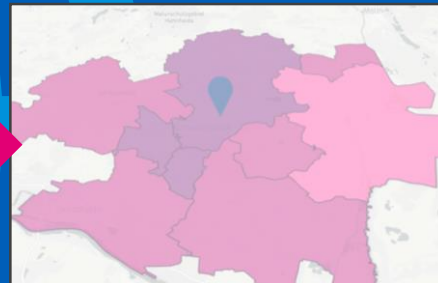
Kundennutzen:

- Identifikation des Potenzials neuer und bestehender Standorte und Simulation der Standortentwicklung
 - Reduzierung des Planungsaufwands für Szenarioanalysen und Validierung zentraler oder lokaler Planungsannahmen
 - Kundenzentrierte Aussteuerung von Werbemaßnahmen und Sortiment
- Unterstützung von Investitionsentscheidungen

Stärken Telekom / Motionlogic



1 Frequenzdaten aggregieren



2 Einzugsgebiet bestimmen



3 Marktpotential ermitteln

Stärken KPMG



Kontakt



Dirk Jaede

Partner Consulting,
Digital Finance
djaede@kpmg.com
+49 (0) 160 92332369



Dr. Benjamin Schrepf

Assistant Manager
Lighthouse Germany
bschrepf@kpmg.com
+49 (0) 151 67330198



Günter Breuer

Global Partnering
Deutsche Telekom
gbreuer@kpmg.com
+49 (0) 173 5764135