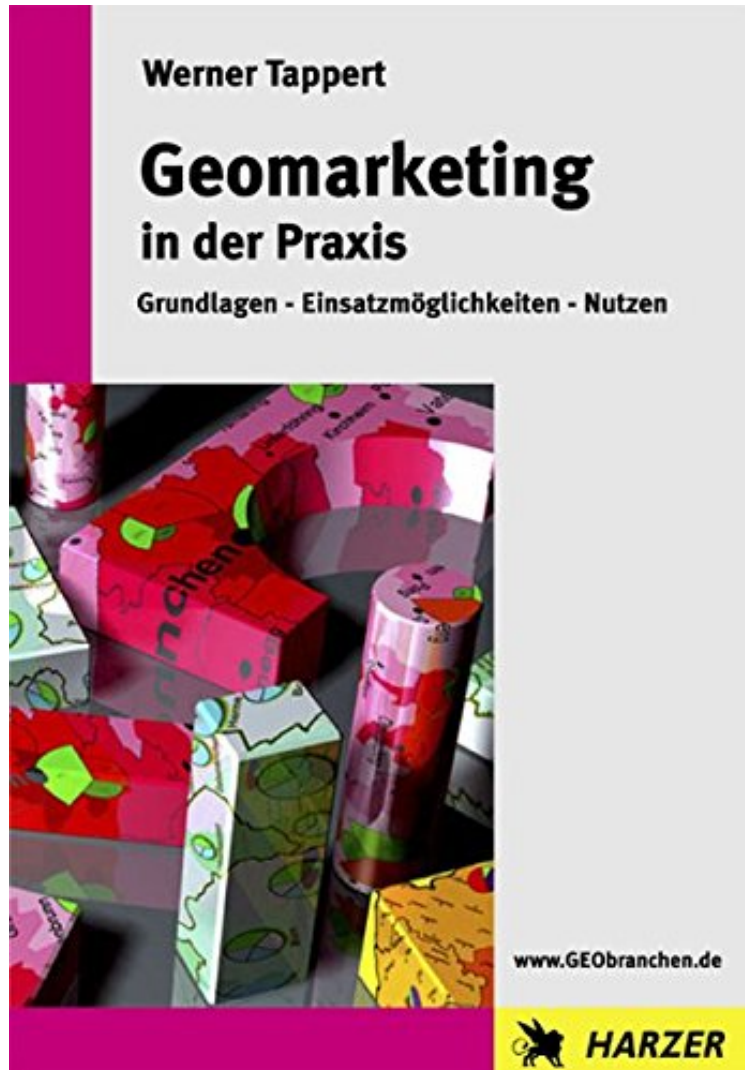


(Download free pdf) Geomarketing in der Praxis: Grundlagen Einsatzmöglichkeiten Nutzen

Geomarketing in der Praxis: Grundlagen Einsatzmöglichkeiten Nutzen

Von Werner Tappert
audiobook / *ebooks / Download PDF / ePub / DOC



 Download

 Read Online

Produktinformation -Verkaufsrank: #883394 in BcherVerffentlicht am: 2006-12-21Abmessungen: 9.49 x .55b x 6.46l, Einband: Taschenbuch184 Seiten | File size: 43.Mb

Von Werner Tappert : Geomarketing in der Praxis: Grundlagen Einsatzmöglichkeiten Nutzen before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Geomarketing in der Praxis: Grundlagen Einsatzmöglichkeiten Nutzen:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Neue Perspektiven fr B2B-Mrkte durch das neue Geomarketing-FachbuchVon S. KarlsruheGeografische Informationssysteme (GIS) werden seit mehr als 30 Jahren entwickelt und genutzt. Als IT-gesttzte Querschnittstechnologie, die in zahlreiche unternehmerische Planungen und Entscheidungen eingreift erfahrt diese

Technologie zunehmend einen enormen Aufschwung. Geografische Gegebenheiten spielen eine besondere Rolle in allen öffentlichen aber auch privatwirtschaftlich zu treffenden Entscheidungen und Geo-Informationssysteme werden deshalb auch immer mehr zur Optimierung in Bereichen wie Marktforschung, Wettbewerbsbeobachtung, Standort- und Filialnetzplanung, Vertriebsorganisation, Außendienststeuerung und Mediaplanung eingesetzt. Mit Geo-Informationssystemen (GIS) lassen sich Märkte besser analysieren und der Absatz von Produkten effektiver planen und steuern. Unternehmensinterne Informationen wie Kundendaten werden über geografische Koordinaten in Zielgebiete transferiert und mit Marktdaten verknüpft. Der Markt wird mit digitalen Landkarten visualisiert und erfährt eine völlig neue Transparenz. Die Visualisierung räumlicher Zusammenhänge von Markt- und Unternehmensdaten eröffnet dem Management neue Aspekte bei der Planung und messbaren Bewertung von regionalen Produkten, deren Preisen und erzielbaren Umsätzen. Dieses systematisch aufgebaute und hilfreiche Buch liefert erstmals das notwendige Grundlagenwissen, um Geomarketing zu verstehen und erfolgreich zu nutzen. Es beschreibt den Aufbau eines Geomarketing-Systems mit seinen Elementen: Digitale Karten, Marktdaten, Unternehmensdaten und Software. Es erklärt typische Verfahren und Methoden und liefert einen Leitfaden zur Einführung von Geomarketing in der Praxis. Dabei werden IT-technische, organisatorische und rechtliche Fragestellungen beleuchtet. Zahlreiche Best-Practice-Beispiele aus den verschiedensten Branchen und auch aus Österreich und der Schweiz zeigen, wie Marketing und Vertrieb mit Geomarketing erfolgreich optimiert werden können. Die Beispiele können den Leser anregen, eigene Anwendungsideen zu entwickeln und erfolgreich umzusetzen. Während sich bisher die Literatur zum Thema Geomarketing schwerpunktmäßig auf B2C-Märkte und Mikromarketing konzentrierte, wird Geomarketing in diesem Buch umfassender ausgelegt und B2B-Märkte gleichwertig mit einbezogen. Dieses informative Fachbuch, das eine sehr anschauliche und gut verständliche Einführung in das Gebiet Geomarketing gibt, ist sowohl für den Experten als auch für den fachlich nicht so versierten Leser besonders zu empfehlen. 1 von 2 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Endlich ein Praxisbuch, das im Unternehmen interdisziplinär vermittelt. Von Dirk Grasekamp. Zitat aus dem Vorwort zum Begriff Geomarketing: "Gemeint ist nichts geringeres als die Revolutionierung des klassischen Marketing durch das konsequente Einbeziehen der räumlichen Dimension." - Geomarketing kann noch immer so verstanden werden, obwohl es dieses Marketinginstrument bereits seit Jahrzehnten gibt. Herr Tappert vermittelt mit seinem Praxisbuch zwischen den verschiedenen Disziplinen bzw. Abteilungen in Wirtschaftsunternehmen. Betriebswirtschaftler, Wirtschaftsinformatiker, Wirtschaftsgeografen und Geoinformatiker werden hier gleichermaßen angesprochen. Die Schnittmenge der Informationen, in diesem mit perfekten Beispielen gespickten Werk, ist ein fachübergreifendes Verständnis für Geomarketing und dessen Anwendung. Herr Tappert kennt genau die Lücken im Wissen um die Anwendbarkeit des Geomarketing in Unternehmen und geht darauf mit sympathisch verständlichen Worten ein. Hierbei werden die 25 Jahre Berufserfahrung des Autors deutlich. Zum Interessentenkreis für dieses Fachgebiet sollten auch Non-Profit-Organisationen zählen, die darauf angewiesen sind, besonders ökonomisch in ihrem speziellen "Markt" zu agieren. Selbst seit über 10 Jahren im Bereich Geomarketing tätig, habe ich genau so lange auf ein solches Buch gewartet. - Ein 5-Sterne-Werk.

Kurzbeschreibung Dieses Buch liefert das notwendige Grundlagenwissen, um Geomarketing zu verstehen und erfolgreich zu nutzen. Es beschreibt den Aufbau eines Geomarketing-Systems mit seinen Elementen: Digitale Karten, Marktdaten, Unternehmensdaten und Software. Es erklärt typische Verfahren und Methoden und liefert einen Leitfaden zur Einführung von Geomarketing in der Praxis. Dabei werden IT-technische, organisatorische und rechtliche Fragestellungen beleuchtet. Zahlreiche Best-Practice-Beispiele aus Deutschland, Österreich und der Schweiz aus den verschiedensten Branchen zeigen, wie Marketing und Vertrieb mit Geomarketing erfolgreich optimiert werden können.