

Geomarketing in der Praxis

Grundlagen – Einsatzmöglichkeiten – Nutzen

Bei einer großen Zahl unternehmerischer Planungen und Entscheidungen – insbesondere in Marketing und Vertrieb – spielen geographische Gegebenheiten eine besondere Rolle. Geoinformationssysteme werden deshalb zunehmend in Bereichen wie Marktforschung, Wettbewerbsbeobachtung, Standort- und Filialnetzplanung, Vertriebsorganisation, Außendienststeuerung und Mediaplanung eingesetzt. Man spricht von Geomarketing. 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 den verschiedensten Branchen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz zeigen, wie Marketing und Vertrieb mit Geomarketing erfolgreich optimiert werden können. Die Beispiele sollen 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. Das Buch wurde von einem Praktiker für Praktiker geschrieben. Es wendet sich an Verantwortliche in den angesprochenen Unternehmensbereichen, die Geomarketing einführen oder intensiver nutzen und sich dazu entsprechendes Hintergrundwissen aneignen möchten. Es wendet sich aber gleichermaßen auch an interdisziplinär interessierte Studenten der Betriebswirtschaftslehre, Geographie und Informatik, die sich auf ihre berufliche Zukunft in einem Tätigkeitsfeld vorbereiten möchten, das viel Entwicklungspotenzial bietet.



52,00 €

48,60 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783879076864

Medium: Buch

ISBN: 978-3-87907-686-4

Verlag: Wichmann

Erscheinungstermin: 13.01.2021

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 2. neu bearbeitete und erweiterte Auflage 2021

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 398 g

Seiten: 204

Format (B x H): 170 x 240 mm

