

# 地図情報を活用した営業支援

現況データと地図情報を関連付けてマーケティング戦略の手がかりを創出。迅速な意思決定を支援します。

効果的なマーケティング戦略を立案するためには、その裏付けとなるデータを取得し、分析することが有効です。蓄積されたデータと地図情報を組み合わせることで、顧客の獲得や売り上げの拡大につながる有効なデータの創出を支援します。

業種共通



## 課題

### Challenges

#### 現況データや事実に基づけられた営業戦略の立案

- 既存の営業所がカバーしていないエリアや、潜在的な市場規模を根拠とした出店計画を立てたい。
- 営業担当者がカバーするエリアの重複回避や、移動時間の短縮によって顧客の訪問機会を増やしたい。
- 競合他社の営業重点エリアを把握したうえで、マーケティング戦略や人員計画を立案したい。

## ソリューション

### Solutions

#### 収集したさまざまな現況データを地図上で可視化

自社・競合他社の営業所の位置、営業担当者がカバーするエリア、既存顧客の売り上げ・訪問履歴といったマーケティングに関する現況データを地図情報と関連付けて可視化します。これにより、効果的な出店計画や営業活動の効率化につながるマーケティング戦略の立案の促進を支援します。

## 特長

### Features

#### これまで見えなかった現況データの傾向や流れを発見

さまざまな現況データを地図情報と関連付けて可視化することで、データを個々に管理していたときには見えなかった傾向や流れに気づくことができます。

例えば、営業所の位置とカバーするエリアを地図上に表示することによって、カバーできていないエリアを可視化し、出店の候補地を発見できます。

## 効果 Outcomes

効果的な出店や営業重点エリアの特定など、精度の高いマーケティング戦略を立案でき、新規顧客の獲得や既存顧客の売り上げ拡大を実現します。

# 地図情報を活用した営業支援

現況データと地図情報を関連付けてマーケティング戦略の手がかりを創出。迅速な意思決定を支援します。

効果的な出店や営業重点エリアの特定など、精度の高いマーケティング戦略を立案でき、新規顧客の獲得や既存顧客の売り上げ拡大を実現します。

## マーケティング戦略の立案、意思決定

- ・最適な出店候補地の選定
- ・訪問エリアの棲み分け（営業エリアの重複回避）
- ・移動時間短縮に伴う訪問件数の増加目標設定
- ・自社の営業重点エリアの設定



## 現況データを地図上で可視化、営業活動の効率性を検証

- ・営業所のカバーエリア外の地域
- ・営業所や担当者間のカバーエリアの重複
- ・営業担当者の移動距離
- ・競合他社の店舗、顧客の分布



## GeoMation 地理情報システム



### 自社情報

- ・営業所の位置
- ・営業所のカバーエリア
- ・営業担当者のカバーエリア

### 顧客情報

- ・顧客の属性、位置
- ・顧客ごとの売り上げ額
- ・訪問履歴

### 関連情報

- ・潜在顧客
- ・競合他社のカバーエリア
- ・統計情報（帝国データバンクなど）

### 位置情報

- ・GPSによる位置情報（経度、緯度）
- ・走行記録
- ・エンジンのON、OFF

個々に管理していた現況データを収集、蓄積

GPS:Global Positioning System

適用サービス/製品

GeoMation 地理情報システム <http://www.hitachi-solutions.co.jp/geomation/sp/>