



Belgische modeketen versterkt haar winkelnetwerk dankzij diepgaande inzichten in het klantprofiel.

Wie is je ideale klant? En trek je die wel voldoende aan? Is jouw winkelnetwerk afgestemd op je klantprofiel? Voortaan weet een Belgische modeketen haarfijn wie het vaakst komt shoppen en waar die klanten zich bevinden. Zo kan ze haar winkelstrategie scherpstellen op zijn ideale klant.

Hoe beter je je klanten kent, hoe meer je er voor hen kan zijn. De data die het daarvoor nodig heeft, haalt de retailer uit het location intelligence platform van GIM.

GeoType biedt beter klanteninzicht

De eerste stap van was een matching tussen de eigen klantendata en GeoType. Aan de hand van de woonplaats kreeg elke klant één van de 15 GeoType profielen toegewezen. Op die manier kon de modeketen achterhalen welk klantprofiel het meest vertegenwoordigd is in haar portefeuille. Voortaan heeft ze een haarfijn beeld van haar ideale klantprofiel zodat ze efficiënter nieuw potentieel kan aanboren. Tegelijk werd duidelijk welk type klanten momenteel onvoldoende bereikt worden.

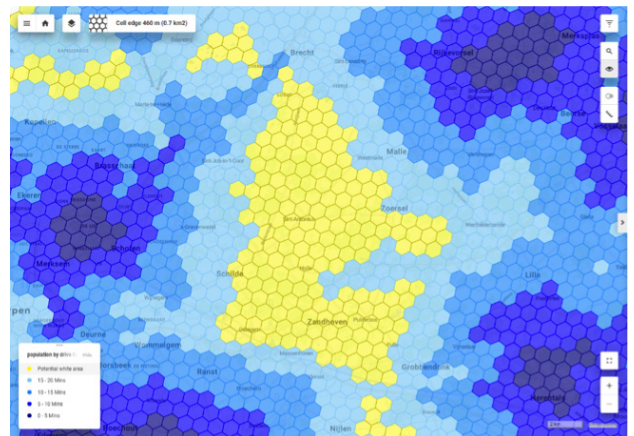
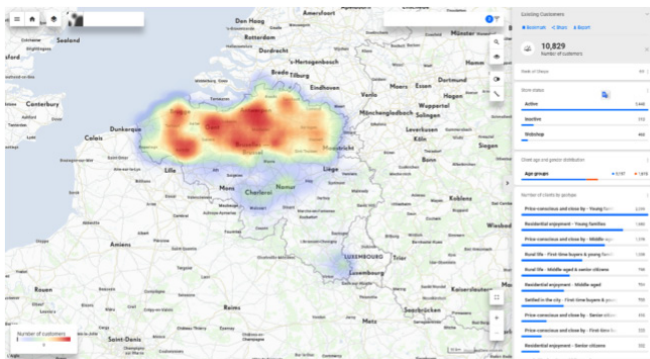
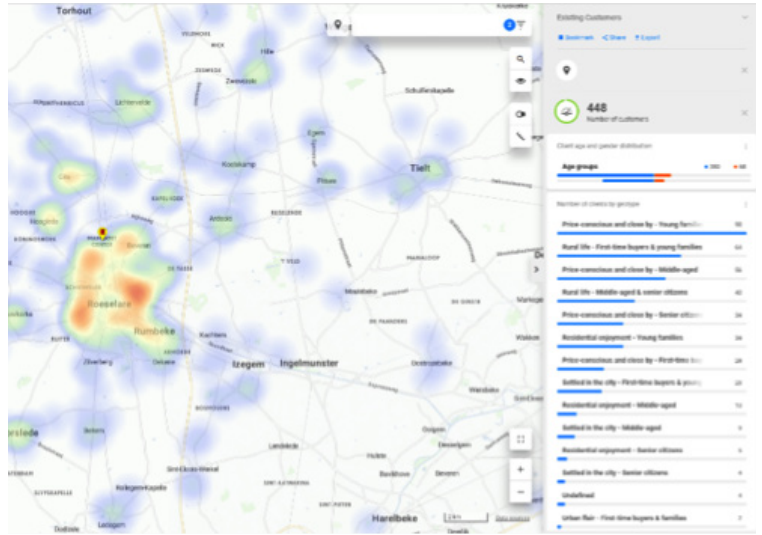


Over Geotype

GeoType deelt alle Belgische huishoudens op in 15 unieke en herkenbare consumentenprofielen. Van jonge gezinnen in het groen tot senioren met stedelijke flair: dankzij GeoType ontdek je hoe je klanten wonen, werken en winkelen. Actueel, betrouwbaar en onmiddellijk toepasbaar.

Verfijnde inzichten per winkel

In een volgende stap werd deze analyse verfijnd voor elke winkel en verder verrijkt met socio-economische data. Aan de hand van rijtijden wordt het verzorgingsgebied van elke winkel in kaart gebracht. Dit levert een gedetailleerd overzicht op van de klantprofielen die voor elke vestiging over- en ondervertegenwoordigd zijn. Zo kon de modeketen regionale verschillen in haar klantprofiel blootleggen. Bovendien leverde dit extra inzichten op over tal van parameters zoals verplaatsingsbereidheid per klanttype, potentieel per winkel en locaties van klanten die via de webshop bestellen.



Location intelligence platform

Voor het visualiseren van de analyses leverde GIM met zijn Location Intelligence platform, een krachtig GeoBI tool. Hiermee heeft de klant een instrument op maat in handen om zelf een brede waaier van analyses weer te geven over het totale winkelnetwerk en over elke vestiging apart. Ook de vergelijking tussen winkels is mogelijk om eventuele overlaps te detecteren, white spots bloot te leggen of onbenut potentieel te lokaliseren.

Dankzij de toegang tot een schat aan locatiegegevens, de ongekennde granulariteit van deze data en de heldere analyses uit de GeoBI tool beschikt de modeketen over een krachtig instrument om haar omnichannelstrategie permanent te evalueren en af te stemmen op het profiel en de locatie van haar klanten.

Smart Geo Insights



GIM
Ubicenter D
Philipssite 5 bus 27
3001 Leuven - Belgium
☎ +32 (0)16 40 30 39

🌐 www.gim.be