

GEODATA

Treffer kundene bedre

Bring har lansert en GIS-løsning som gir bedrifter mulighet til å gjøre langt mer bevisste og kvalifiserte valg knyttet til sin markedsføring gjennom uadressert reklame.



Bring hjelper bedrifter med å identifisere og treffe de rette kundene med sin markedsføring. Gjennom innovativ bruk av GIS-teknologi gir Bring småbedrifter gratis tilgang på verktøy for markedsføring som hittil har vært forbeholdt større virksomheter.



Små og mellomstore bedrifter utgjør totalt 99 prosent av alle norske selskaper, og står for to tredeler av sysselsettingen. Etablering av egen bedrift er en drøm for mange, og Norge får stadig flere selskaper. I perioden 2003 til 2009 økte antallet selskaper i landet med 60.000, en vekst på 14 prosent. Særlig i etableringsfasen er en av hovedutfordringene for mange småbedrifter manglende ressurser til å markedsføre virksomheten og produktet på en kostnadseffektiv måte. Nøkkelen er kunnskap om hvilke kunder som er mest attraktive, hvor de befinner seg og hvordan man når dem med et budskap som treffer. Denne kunnskapen krever imidlertid kompetanse og har i stor grad vært forbeholdt bedrifter med tilgang på avanserte og kostbare analyseverktøy. Mange småbedrifter har derfor vært overlatt til eksperimentering og gjetting i planleggingen av sin markedsføring, en praksis som kan bli kostbar dersom resultatene uteblir.

Nå har Bring lansert en egen nettbasert tjeneste som gir bedrifter mulighet til å gjøre langt mer bevisste og kvalifiserte valg knyttet til sin markedsføring gjennom uadressert reklame i postkassen. Dette er blant de mest kostnadseffektive måtene å nå kundene med et tilbud, forutsatt at man vet hvem de rette kundene er. Løsningen er basert på Geodatas GIS-løsning i kombinasjon med funksjonalitet for forretningsanalyse fra søsterselskapet Geoinsight, og er gratis tilgjengelig på Brings nettsider. Integreert med Brings landsdekkende distribusjonsnettverk utgjør verktøyet en komplett løsning for effektiv direktemarkedsføring gjennom uadressert post som kan bidra til en langt mer vellykket etablering og drift av småbedriften.

“Ved hjelp av vår løsning kan bedrifter i alle størrelser gå fra mer eller mindre kvalifisert synsing til å gjøre bevisste valg basert på en rekke kriterier. Resultatet er mer målrettet og effektiv markedsføring som gir bedre avkastning på bedriftens reklameinvestering,” sier Live Marstein i Bring Mail.

Løsningen er knyttet direkte opp mot bestilling, slik at bedriftene kan gå direkte fra analyse til distribusjon i samme løsning.

Blant de store bedriftene som bruker Brings verktøy er Lefdal, en stor og profesjonell aktør som satser bevisst på direktemarkedsføring gjennom postkassen. I kombinasjon med Brings egen konsulenttjeneste kan bedrifter som Lefdal gjøre avanserte utvalg for å treffe bedre med sin markedsføring. Dette innebærer blant annet muligheten til å distribuere reklame selektivt til målgrupper som befinner seg i et spesifisert geografisk dekningsområde, for eksempel innenfor en begrenset kjøreavstand fra en butikk, eller til en gruppe som

er definert ut fra relevante demografiske kriterier. I tillegg til å segmentere på overordnet nivå etter kjønn, alder og livssituasjon, kan brukerne gjøre sin analyse ved hjelp av forhåndsdefinerte interessedegrener, basert på data fra Statistisk Sentralbyrå (SSB). Ved hjelp av SSB og Norsk Gallup sin Forbruker & Media base over nordmenns preferanser og holdninger er befolkningen delt inn i 10 grupper ut fra interesser og preferanser. Grupper som “Urban Ung”, “Ola og Kari Tradisjonell” og “Barnefamilie Barnerik” forteller hvordan bedriften kan kommunisere sine tilbud til de gruppene som har høyest interesse for akkurat deres produkter og tjenester. Utsendelsene kan avgrensnes både på kommune- og fylkesnivå.

“Ved å kombinere egne data på kunder kan bedriften tilnærme seg fasiten på hvor reklamen skal distribueres. Ved å målrette distribusjonen på denne måten kan bedriftene både øke salget og kutte kostnader betraktelig. De vil i langt større grad treffe riktig mottaker med riktig tilbud,” sier Live Marstein.

“Dette verktøyet viser potensialet for GIS-teknologi til å utgjøre en forskjell for bedrifter i alle størrelser. Ved å kombinere rikholdige data om befolkningen med kartanalyse vil bedrifter kunne øke presisjonsnivået på sin markedsføring betraktelig, og dermed får flere salg til en lavere kostnad,” sier kundean-svarlig Lars Olav Gaden i Geodata.

“Ved hjelp av vår løsning kan bedrifter i alle størrelser gå fra mer eller mindre kvalifisert synsing til å gjøre bevisste valg basert på en rekke kriterier.”

Live Marstein i Bring Mail

Kontakt: Lars Olav Gaden, Key Account Manager,
926 63 600, Lars.Olav.Gaden@geodata.no