



Zentralverband der Augenoptiker

ZVA-Presseinformation 59/2014

01.12.2014

Mit Geomarketing bessere Marktausschöpfung erreichen

Vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen Situation in der Augenoptik – mit einer wachsenden Zahl an Filialbetrieben und Umsatz- und Stückzahlrückgängen beim Mittelstand – hat der Zentralverband der Augenoptiker (ZVA) für die mittelständischen Betriebe ein Geomarketing-Pilotprojekt mit der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) ins Leben gerufen. Ziel: Eine bessere Marktausschöpfung des direkten Betriebsumfeldes zu erreichen, damit sich die Betriebe mit den geeigneten Methoden am Markt besser positionieren und profilieren.

Am vergangenen Mittwoch (26. November 2014) trafen sich in Frankfurt am Main 22 von 26 Teilnehmern des Projektes, das nach der Pilotphase im kommenden Jahr ausgeweitet werden soll, zu einem Workshop. Die GfK hatte zuvor die jeweiligen Kundendaten der Betriebe nach soziodemographischen Faktoren und nach Konsumententypen ausgewertet. Auf dieser Grundlage können die Inhaber strategische Entscheidungen zur Ausrichtung des Betriebes treffen. Nach den grundsätzlichen Informationen, die im Rahmen des Workshops gegeben wurden, bekommt jeder Betrieb nun in der Folge eine individuelle Auswertung und eine telefonische Einzelberatung von der GfK.

Denn je konkreter und präziser sich der Betrieb auf die Zielgruppe einstellt, desto mehr Aufmerksamkeit und Akzeptanz wird er bei dieser Kundengruppe erzielen und desto besser grenzt sich der Betrieb gegenüber der Konkurrenz ab. Das gilt im Hinblick auf die Sortimentsgestaltung, die Schaufensterpräsentation, die Inneneinrichtung des Geschäftes bis zur direkten Ansprache des Kunden durch Werbung, Direktmailings oder Onlinemaßnahmen.

Ihr Ansprechpartner für Rückfragen:

Zentralverband der Augenoptiker

Ingo Rütten

Alexanderstraße 25a, 40210 Düsseldorf,

Tel.: 0211/863235-0, Fax: 0211/863235-35

www.zva.de, presse@zva.de