

## Uw markt beter begrijpen om beter te beslissen

Om permanent uw marketingstrategie te bepalen en bij te sturen hebt u adequate informatie en gegevens nodig over uw markt en uw klanten.

In uw database zit een schat aan informatie over uw klanten. Maar om daar voor uw marketing- en geomarketinganalyses interessante conclusies uit te trekken, hebt u ook externe gegevens nodig over uw markt.

Met Geo-Info stelt WDM Belgium u een uniek referentiebestand voor met een brede waaier geografische en sociodemografische gegevens over de hele Belgische markt.

## Geo-Info: nuttige informatie om uw markt te herontdekken

Geo-Info is een enorm bestand met statistische informatie, een massa sociodemografische en sociogeografische gegevens over alle inwoners van België en hun leefomgeving.

WDM Belgium bouwde Geo-Info op uit verschillende bronnen. We updaten Geo-Info elk jaar opnieuw. Er zitten niet alleen basisstatistieken in, maar ook talloze unieke gegevens en typologieën die WDM Belgium exclusief ontwikkelde. De gegevens zijn beschikbaar op verschillende geografische niveaus: postcode, gemeente, deelgemeente, wijk, straatsegment. U kiest dus zelf het ideale geografische niveau met het oog op uw eigen behoeften. Dankzij de Lambertcoördinaten (x, y) kunt u de gegevens uit Geo-Info uitbaten via een geomarketingtool of een GIS-software.

Geo-Info biedt u onder andere informatie over:

- > **De bevolking:** Het aantal inwoners en gezinnen, verdeling man/vrouw...
- > **De levensfasen:** Leeftijdsklassen, samenstelling van gezinnen op basis van aantal kinderen en gezinstypologie van WDM Belgium
- > **De woning:** Het aantal een- of meergezinswoningen, urbanisatieniveau van de wijk...
- > **De koopkracht:** Sociale klasse van de wijk, mediaaninkomen van de wijk, aantal ambtenaren of vrije beroepen die er wonen...

En Geo-Info stelt u ook de **"Mosaictypologie"** voor, een unieke typologie, ontwikkeld door WDM Belgium en Experian en erkend door de CIM als "Golden Standard" om **de hele Belgische bevolking te klasseren in "33 typeportretten"**.

De Mosaictypologie is beschikbaar tot op het niveau straatsegment. Het gaat dus om heel fijnmazige informatie, want zo'n straatsegment gaat gemiddeld maar over 25 gezinnen. Ze werd ontwikkeld op basis van een "clusteranalyse" die verschillende variabelen gebruikt en met elkaar combineert. Dat maakt van Mosaic een krachtige typologie voor uw marketing- en geomarketinganalyses. Met de Mosaictypologie maakt u heel precieze consumentenprofielen dankzij de klassering van zo'n 160.000 Belgische straatsegmenten in 33 "types" met tot de verbeelding sprekende namen: "bloeiende carrières", "jonge beginnende gezinnen", "comfortabele buitenwijk"...

## Uw voordelen

Geo-Info is een onmisbare tool om het maximum te halen uit uw marketing- en geomarketinganalyses.

**Enkele vragen waarop Geo-Info u het antwoord geeft:**

- > Wie zijn mijn klanten? Wat is hun Mosaicprofiel?
- > Hoeveel consumenten wonen er in een straal van 10 km rond mijn verkooppunt in Anderlecht?
- > Waar wonen mijn klanten? Eerder geconcentreerd in steden of eerder buiten?
- > Hebben mijn klanten in Luik en in Leuven een vergelijkbaar of een verschillend profiel?

**Geo-Info is dus handig voor heel verschillende toepassingen:**

- > Om het profiel te analyseren van een cliënteel
- > Om de geografische verdeling van klanten zichtbaar te maken
- > Om klantzones te definiëren en te analyseren
- > Om de penetratiegraad en het marktpotentieel te analyseren
- > Om de ideale plaats voor nieuwe verkooppunten te selecteren.

## Testimonials

### Enkele voorbeelden van toepassingen bij klanten van WDM Belgium

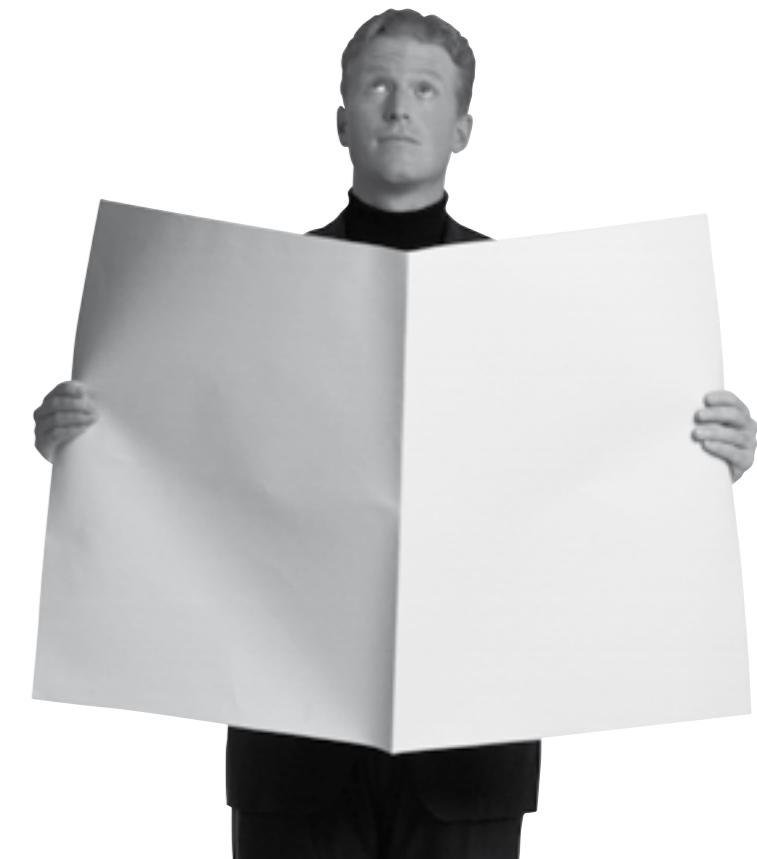
WDM Belgium heeft héél veel klanten die tevreden zijn over Geo-Info. Het gaat om ondernemingen uit alle mogelijke sectoren: banken, telecom, kleinhandel, postorderbedrijven, autosector, toerisme...

De mogelijke toepassingen van Geo-Info zijn heel verschillend. Enkele voorbeelden:

Een autoconstructeur optimaliseert zijn verkoopnet en plant nieuwe verkooppunten op basis van de gegevens uit Geo-Info.

Een onderneming uit de voedingsdistributie evalueert de potentiële markt rond haar verkooppunten en past haar productenaanbod aan op basis van het sociodemografisch profiel van elke wijk.

Een bank visualiseert en analyseert de penetratiegraad van haar cliënteel in verschillende regio's van het land en vooral in de wijken waar ze filialen heeft.



DATA INTELLIGENCE

KRIJGT U GRAAG MEER INFORMATIE?

Onze experts in **DM** en **Data Intelligence** bekijken graag samen met u hoe u uit

Geo-Info voor uw onderneming het maximum haalt.

# Geo-Info

INFORMATIE IS MACHT