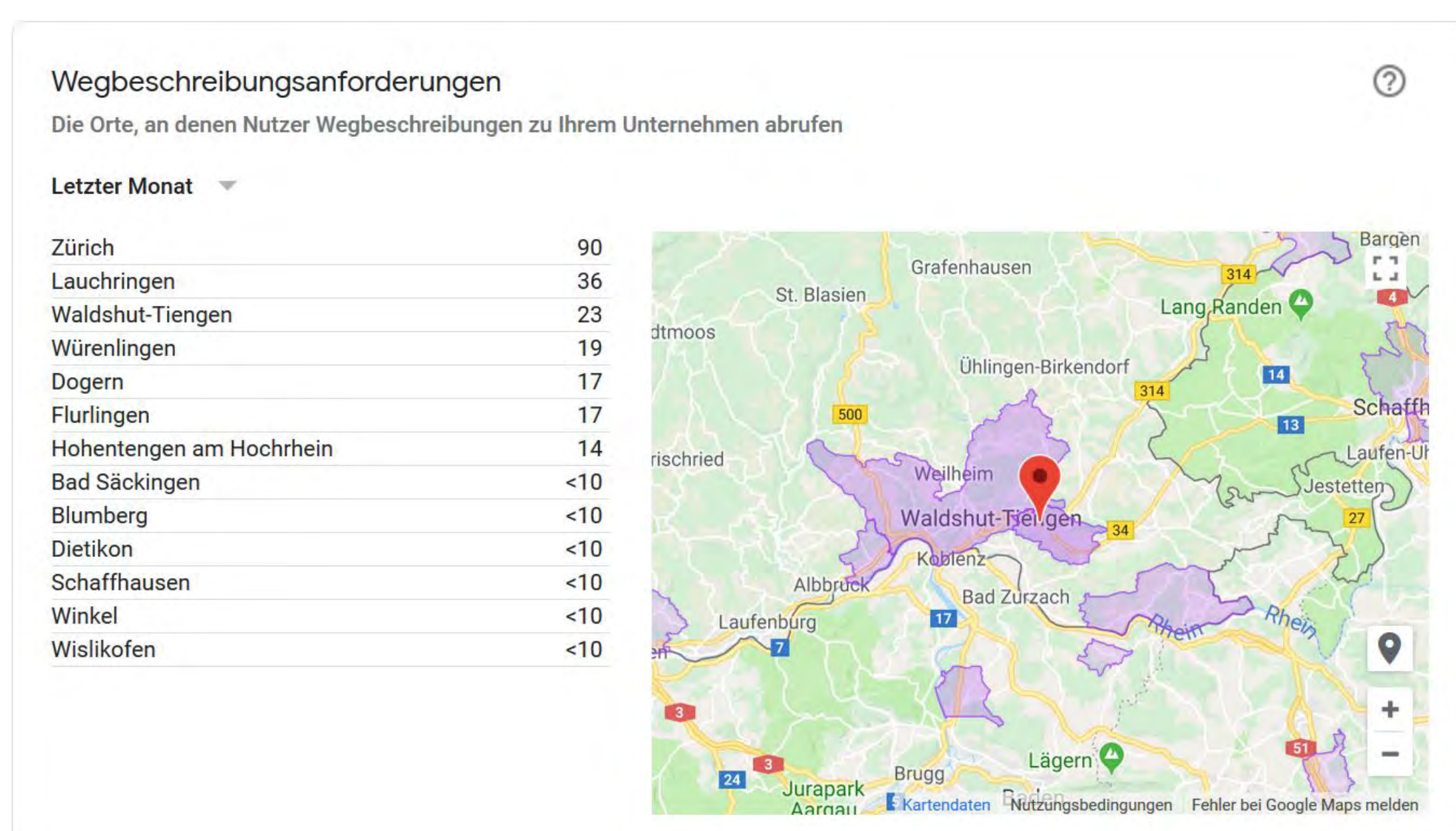


## Definition von Einzugsgebieten eines Unternehmens auf Basis von Google My Business und Steigerung der Marktausschöpfung durch Online Marketing Maßnahmen

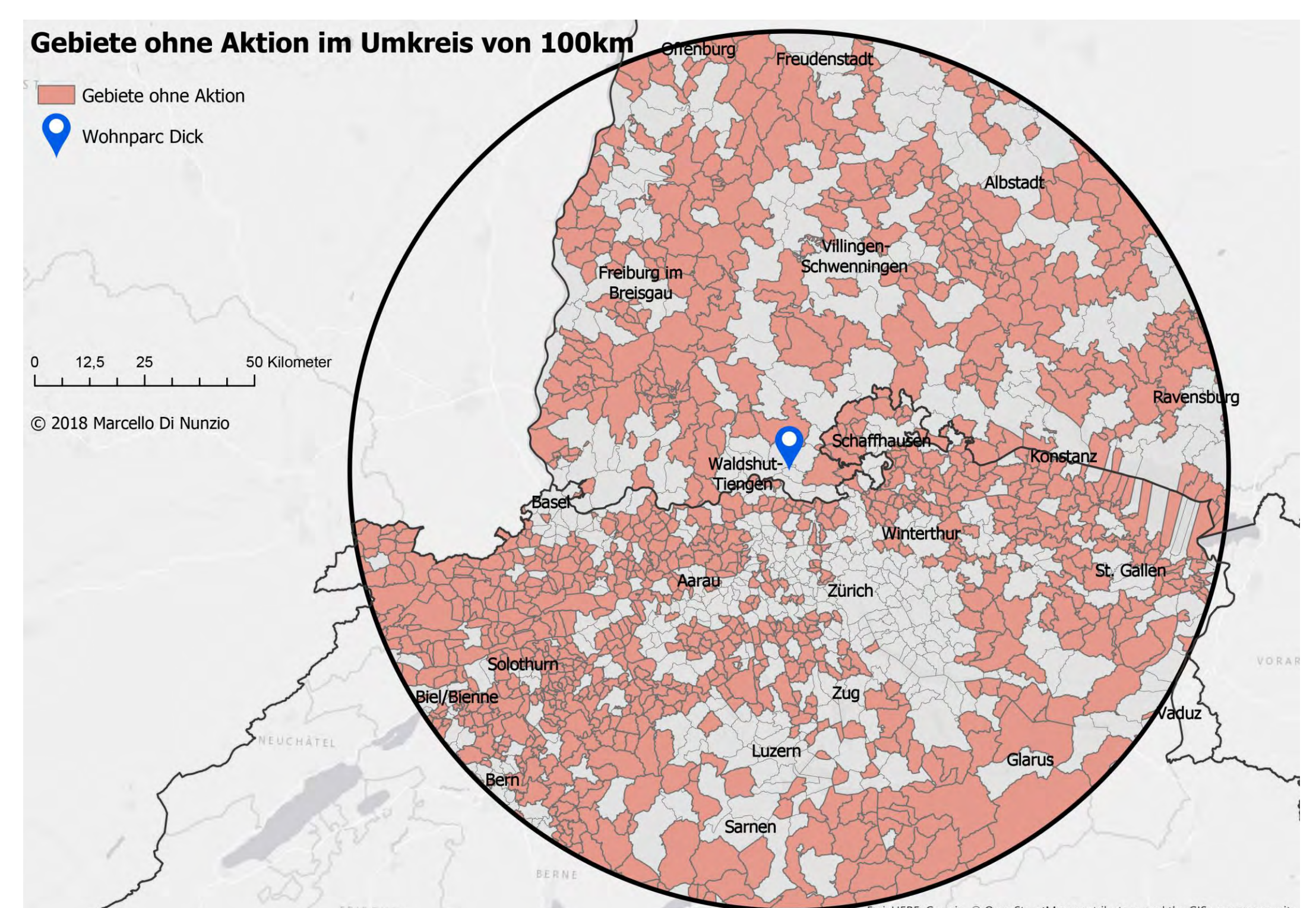
In Zusammenarbeit mit der Agentur „netzstrategen GmbH“ in Karlsruhe werden für ein Unternehmen aus der Möbelbranche die bestehenden und die möglichen Einzugsgebiete ermittelt. Mit der Datenerhebung/-analyse sollen Erkenntnisse gewonnen werden, die die Planung der Online Marketing Maßnahmen unterstützen. Die bestehenden Einzugsgebiete werden mit dem Tool Google My Business ermittelt.



### Google My Business - Wegbeschreibungsanforderungen

Die neue Funktion „Wegbeschreibungsanforderungen“ bietet eine Form der Datenerhebung, die so bisher noch nicht möglich war. Sie gibt Auskunft darüber, von welchen Orten wie viele Navigationen über Google Maps zum Unternehmensstandort gestartet werden. Das Tool liefert automatisiert und belegbar Angaben über die Anzahl und die Herkunft der Besucher im Möbelgeschäft. Zusätzlich werden über Google Analytics die Standorte lokalisiert, von denen aus auf die Unternehmenswebseite zugegriffen wird, festgehalten wird auch die Anzahl der Zugriffe. Diese Daten geben Aufschluss darüber, wo eventuell neue Einzugsgebiete erschlossen werden können. Die gewonnenen Daten aus beiden Google-Tools werden entsprechend aufbereitet und so dargestellt, dass erkennbar wird, welche Gebiete gut, weniger gut bzw. gar nicht ausgeschöpft sind.

Die Daten werden zunächst in einer Excel-Tabelle verwaltet und für die Übernahme in die GIS-Software ArcGIS Pro vorbereitet. Die notwendigen administrativen Gemeindegrenzen werden über den ESRI Living Atlas bezogen und entsprechend für das Untersuchungsgebiet selektiert. Die Visualisierung mithilfe von ArcGIS Pro ermöglicht eine übersichtliche Darstellung der Ergebnisse. Weitere Schlussfolgerungen und abzuleitende Maßnahmen können mit einer Kartendarstellung besser abgelesen werden. Ein Ergebnis ist die Kartendarstellung von Gebieten im Umkreis von 100km um den Unternehmensstandort, bei denen keine Nutzeraktion stattfand – weder Navigation dorthin, noch Webseitenzugriff.



Gebiete ohne Aktion im Umkreis von 100 km um den Unternehmensstandort

Obwohl der Untersuchungszeitraum begrenzt ist, reichen die gewonnenen Daten aus, um bereits bekannte Fakten zu belegen. Die Daten bieten auch erste Erkenntnisse darüber, in welchen Gebieten Interessenten angesprochen werden sollten und zeigen außerdem Regionen auf, die offensichtlich vom Unternehmen noch nicht wirksam erreicht werden. Es wird empfohlen, diese Analyse in die Unternehmensabläufe dauerhaft zu integrieren, um das Online-Marketing auch künftig zu unterstützen.