



MODINT Retaildata / RetailMinds Vestigingsplaatsonderzoek

Als u een nieuwe winkelvestiging opzet, gaat die dan presteren? Is er op voorhand al een uitspraak te doen over de omzet die u kunt verwachten? Ja, dat kan. Binnen een Vestigingsplaatsonderzoek worden de factoren die van invloed zijn op de omzet van de winkel berekend en met elkaar in verband gebracht. Slimme rekenregels voorspellen een omzet. Na opdrachtverlening worden de basisdata binnen zeer korte tijd gegenereerd. Daarna vindt lokale controle en uiteraard contact met de ondernemer plaats.

Een Vestigingsplaatsonderzoek kent de volgende opbouw:

I Managementsamenvatting

- I.1 Macro-economische gegevens
- I.2 Verzorgingsgebied
- I.3 Demografie
- I.4 Consumptieve besteding
- I.5 Omzetindicatie

II Inleiding

- II.1 De opdracht
- II.2 Door de opdrachtgever aangeleverde gegevens
- II.3 Gehanteerde variabelen

III Opzet van het onderzoek

IV Marco-economische gegevens

- IV.1 Brancheafbakening
- IV.2 Algemene ontwikkelingen
- IV.3 Consumptieve bestedingen en marktaandeel
- IV.4 Ondernemingen en vestigingen
- IV.5 Omzet ontwikkeling
- IV.6 Perspectief binnen de branche

V Vaststellen verzorgingsgebied

- V.1 Het reistijdenmodel
- V.2 Invloed van omliggende gebieden
 - VI.2.1 Empirische benadering
 - VI.2.2 Invloed van omliggende gebieden: het gravitiemodel
- VI.3 Vaststellen verzorgingsgebied
 - VI.3.1 Postcodegebieden binnen het verzorgingsgebied

VI Demografischegegevens

VII De locatie

- VII.1 De vestigingsplaats
- VII.2 Het pand

VIII De verwachte totale bestedingen

- VIII.1 Bestedingen: de theorie
- VIII.2 Bestedingen binnen verzorgingsgebied
- VIII.3 Concurrentiescan

IX Potentiele omzet



Voorbeelden van staatjes en kaartjes uit een Vestigingsplaatsonderzoek.

Bestedingen marktgebied

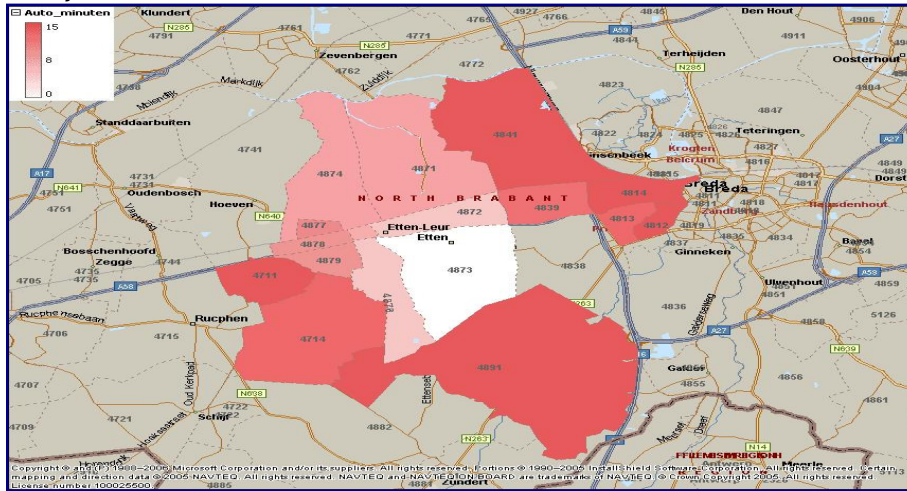
Postcode	Plaatsnaam	Postcodenaam	Aantal inwoners	Totale besteding	Besteding binnen branche
4711	SINT WILLEBRORD	Sint Willebrord	9.320	2.294.677	1.904.582
4714	SPRUNDEL	Sprundel	4.950	1.246.756	1.034.807
4812	BREDA	Heuvel	8.240	1.865.536	1.548.394
4813	BREDA	Princenhage	7.730	2.165.714	1.797.542
4814	BREDA	Liesbos - Heilaar	10.805	2.813.189	2.334.947
4839	BREDA	Liesbos - Heilaar	365	143.580	119.171
4841	PRINSENBEEK	Buitengebied	11.470	3.635.531	3.017.490
4871	ETTEN-LEUR	Etten-Leur Noord-Oost	13.760	4010.902	3.329.048
4872	ETTEN-LEUR	Etten-Leur Centrum en buitengebied	8.900	2.468.326	2.048.710
4873	ETTEN-LEUR	Etten-Leur Zuid	6.365	1.855.333	1.539.927
4874	ETTEN-LEUR	Etten-Leur Noord-West	2.855	807.965	670.610
4875	ETTEN-LEUR	Etten-Leur Centrum	1.820	479.005	397.574
4876	ETTEN-LEUR	Klappenberg	6.440	1.767.844	1.467.310
4877	ETTEN-LEUR	Industriegebied Vosdonk Noord	55	10.428	8.655
4878	ETTEN-LEUR	Industriegebied Vosdonk	0		
4879	ETTEN-LEUR	Industriegebied Vosdonk Zuid	205	655.565	54.412
4891	RIJSBERGEN	Rijsbergen	6.115	1.661.323	1.378.898
Totaal			99.395	27.291.671	22.652.086

Omzetschatting

Afkorting	Omschrijving	Jaar 1	Uitgroeidend naar
O	Omzet	€ 542.360,-	€ 605.646,-
TOP	Totale Omvang Populatie	99.395	99.395
OI	Opkomstindex	10,41	11,03
C	Conversie	23	24
CBH	Consumptieve Besteding per Hoofd van de bevolking	€ 227,90	€ 230,18



Reistijden naar de locatie



Lokale marketing

Met behulp van data uit de **Quickscan** ziet u vergelijkingen tussen de verschillende postcodegebieden.

U gaat sturen op basis van demografie, omvang van het verzorgingsgebied en de bestedingen van uw klanten.

Met behulp van een **Klantenanalyse** ziet u waar uw eigen klanten daadwerkelijk vandaan komen. Ook voor webtoepassing!

Een stap verder brengt u de **Folderanalyse**: u bereikt op de meest goedkope en effectieve manier uw doelgroep. U bespaart kosten op folders die bij de verkeerde klanten groep terecht komen.

Wanneer uw bedrijf uit meerdere filialen bestaat kunt met een **Winkelontwikkel Plan** het assortiment afstemmen op de lokale omstandigheden. Niet alle verzorgingsgebieden zijn gelijk!

Een Vestigingsplaatsonderzoek

combineert alle lokale data en doet een betrouwbare uitspraak over de verwachte omzet op een bepaalde vestigingsplaats.

Leveranciers worden ondersteund met een **Database van winkelvestigingen** en hun kenmerken. Potentiële retailklanten in kaart gebracht.

Leveranciers kunnen met een **Wittevlekkenplan** hun selectieve distributie vorm geven. In welke consumenten- en winkelomgeving is nog plek voor een merk?

Zie ook www.retailminds.nl en www.modint.nl