

Информационно-консалтинговая группа Центр пространственных исследований

- *О компании*
- *Геомаркетинговые продукты (B2B)*
 - *Геомаркетинговые исследования*
 - *Геоданные*
 - *Услуга A.GIS.web*



Опыт компании

2003-2004

продажа первого проекта геомаркетингового отчета с моделированием платежеспособного населения в СПб для сети аптек

2005-2006

проекты для девелоперов, подготовка и проведение программы повышения квалификации в ВЭШ СПбГУЭиФ по геомаркетингу.
первые государственные заказы. внедрение ГИС-решения

2007

повторные обращения клиентов для построения сетей в Москве, Московской области, отработка методик на Москву и МО, сбор данных и геоданных по городам РФ.
Формирование бренда Центра пространственных исследований

2008

первый проект для западного клиента (Чехия). Первый проект по Украине. Подробная работа в городах России.
геоинформационная поддержка постоянных клиентов

2009 антикризисная стратегия. Появление заказов для банковского ритейла. Разработка продукта для телекоммуникационной отрасли и почтовых служб.

подписание соглашений о сотрудничестве с компаниями из Финляндии, Швеции и других стран.
разработка Интернет-проекта "Геоинформационная система аналитика "Геоинтеллект" и запуск в тестовом режиме в сети Интернет. Разработка бизнес-модели проекта.

2010

ЦПИ - сейчас

2010 год :

- ❖ Более 50 клиентов (бизнес и государство), каждый третий из которых обращается повторно за новым проектом
- ❖ Более 40 геомаркетинговых исследований и отчетов по городам России
- ❖ Более 10 внедрений решений Геомаркетинговых информационных систем на базе профессионального программного обеспечения ГИС с геоданными для маркетингового анализа
- ❖ Зарегистрированный товарный знак ®
- ❖ Международные проекты (Германия, Чехия, Финляндия)
- ❖ Сайт на русском и английском языках www.geointellect.ru
- ❖ Более 65 карт городов по России и Украине с накопленными статистическими данными и геоданными
- ❖ Сбор подробной геомаркетинговой информации (о потребителе, конкурентах, территории и ее развитии) по Санкт-Петербургу, Ленинградской области, Москве, Московской области
- ❖ База геоданных по основным геомаркетинговым факторам (численности населения по кварталам, трафику, крупным объектам торговли) по 40 городам России
- ❖ Развитая партнерская сеть в Санкт-Петербурге и Москве.
- ❖ Штат редких специалистов
- ❖ Интернет-проект "Геоинформационная система аналитика "Геоинтеллект" (www.geointellect.com), как профессиональная B2B-система сбора и продажи геомаркетинговой информации потребителю с невысоким ценовым сегментом



О компании


Центр Пространственных Исследований

- Компания более 7 лет на рынке (основана в 2003г)
- Одна из первых в России компаний, специализирующаяся на разработке геомаркетинговых методик и решений
- Более 50 клиентов каждый третий из которых обращается повторно

Обслуживаемые Сегменты

- Ритейл (продуктовый ритейл, DIY, бытовая техника, магазины сотовой связи, АЗС)
- Сети ресторанов быстрого обслуживания
- Недвижимость и девелопмент (торгово-развлекательные центры, мебельные центры, садовые центры, жилые комплексы)
- Финансовый сектор, банковский ритейл
- Сфера здравоохранения и красоты (аптеки, медицинские центры и клиники, фитнес-центры)
- Градостроительство, урбанистика и муниципальное управление
- Телекоммуникации
- Почтовые службы и службы доставки

Преимущества ЦПИ



-
-
-
-
-
-
-
-
-
-



Клиенты Компании



СБЕРБАНК
РОССИИ



macromir



EuroGarden



Продукты и услуги



Линейка продуктов

Геомаркетинговые
исследования

Геоданные

A.GIS-web

принима
ющие
стратеги
эские
решае

компани
геоданн
для зада
интерак
непрати
и/или
он

стратеги
компани
для
формата
приводит

различн
жестко
геоданн
компани
для

самосто
только
геоданн
за и
географи



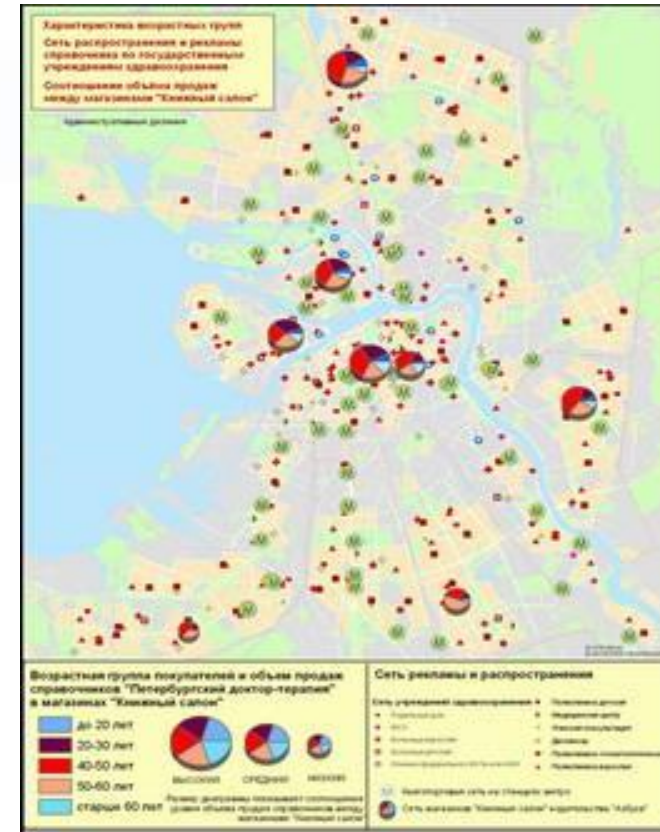
Геомаркетинговые исследования

*Геомаркетинговые отчеты
для Ваших стратегических
и/или оперативных задач*



Геомаркетинговый подход

- Данные +
- Территория и объекты =
- Геоданные +
- Моделирование =
- Анализ +
- Прогноз =
- Обоснование +
- Взгляд на карту и модели =
- Принятие решения



Геомаркетинговые исследования

Место определено

Место НЕ определено

Кто вокруг? Что Вокруг?
Как меняется?

Построение торговых зон
(зон доступности)

Факторы потребителей, Факторы конкуренции, Факторы развития территории, и пр

Выбор формата
(площади)

Прогноз посетителей
(выручки)

- Сколько? Когда? Где?
- Выбор основных факторов (потребители, конкуренция, развитие терр).
- Построение зон пригодности в городе
- Рейтинг зон (мест) в городе
- **Карта будущей сети**

Геомаркетинговые исследования

стратегические задачи выбора городов для экспансии

стратегические задачи по планированию (расширению) торгово-розничной сети в городе (с детализацией до квартала)

задачи анализа окружения вокруг объектов перед открытием магазина или строительством объекта

задачи по подбору наилучшего места для торговой точки (под определенные характеристики)

анализ профильного рынка; получение и/или анализ имеющегося портрета потребителя

Сбор и актуализация данных (открытые, госструктуры, полевые исследования, опросы)

Создание геоданных: картографирование демографических данных, конкуренции, объектов инфраструктуры территорий

Моделирование геоданных в условиях нехватки информации – создание пространственных моделей

Глобальный анализ факторов привлекательности. Получение зон пригодности внутри города – мест, в которых, вероятно, надо искать предложения

Локальный (детальный) анализ. Корректировка мест по анализу потребителя, конкурентов, развития территории; локальные опросы, полевые исследования

Построение зоны интереса- торговой зоны, (зоны транспортной, пешеходной доступности, зоны обслуживания)

Анализ спроса на ассортимент в зоне интереса

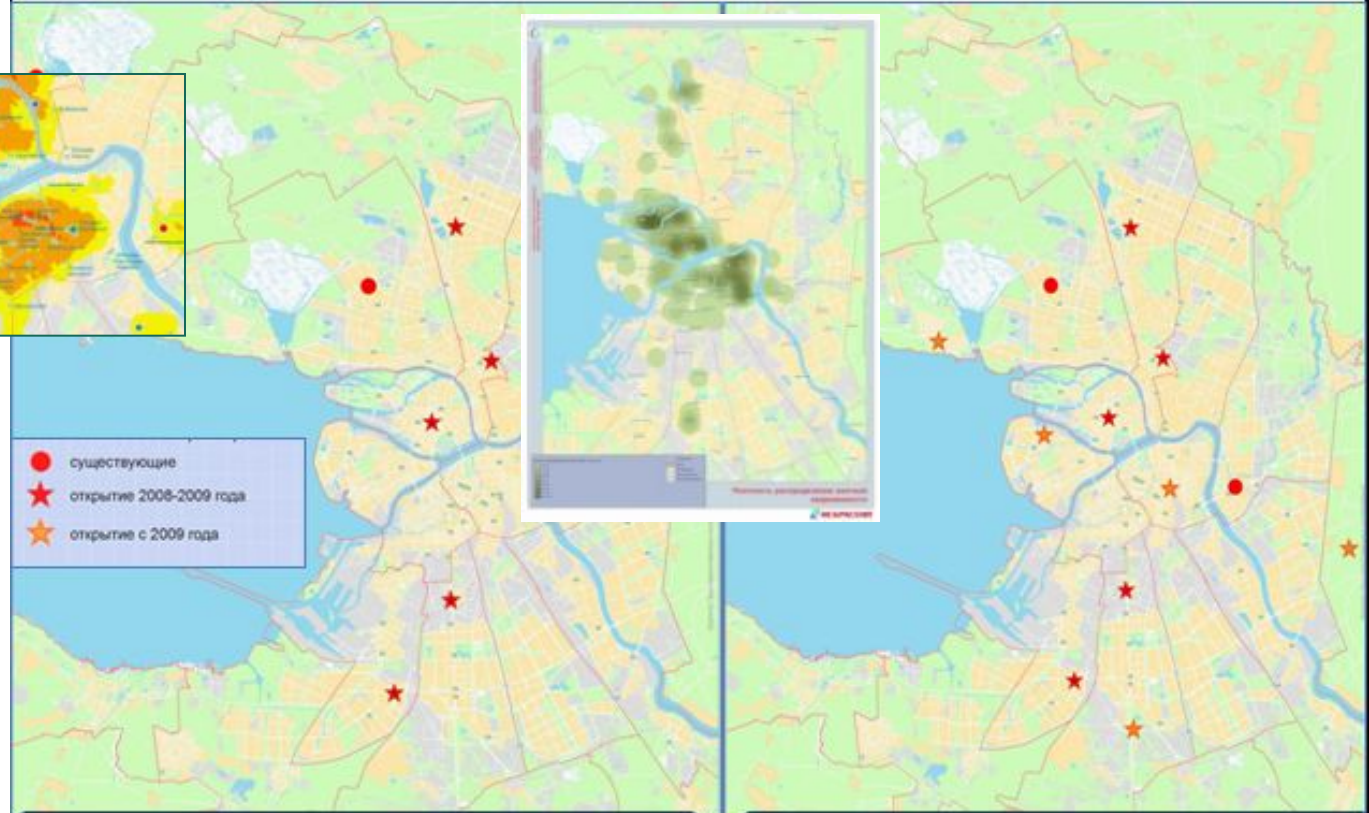
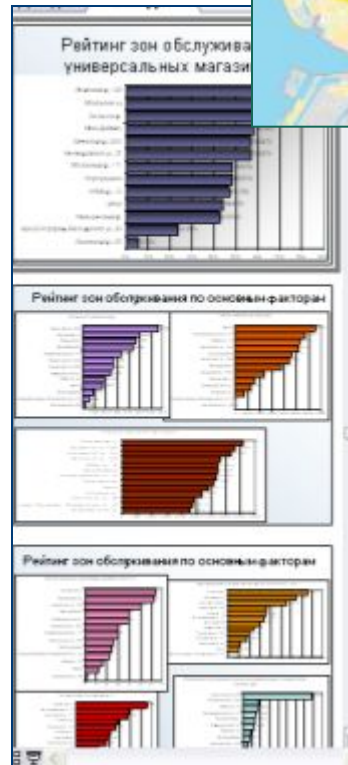
Анализ рекламных кампаний в зоне интереса

Прогноз выручки (посещаемости) будущей точки (точек)

Адаптация формата (ассортимента) к данной территории или поиск территории для данного формата

Пример результата геомаркетингового отчета. Что? Сколько? Где? Когда?...

План развития сети (предложение)



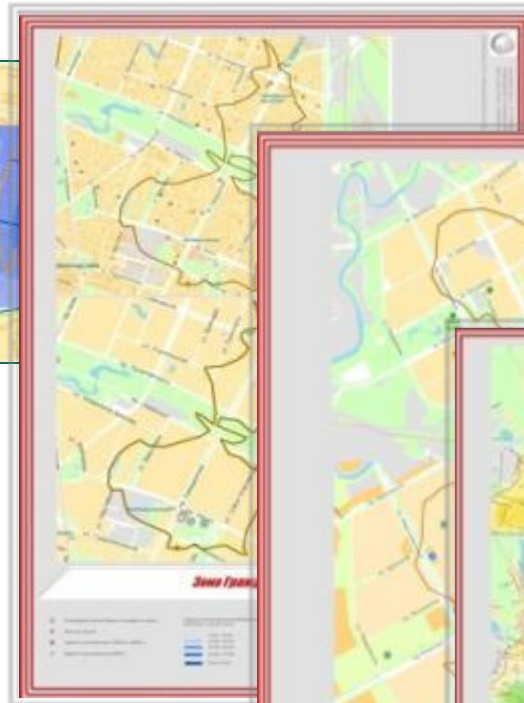
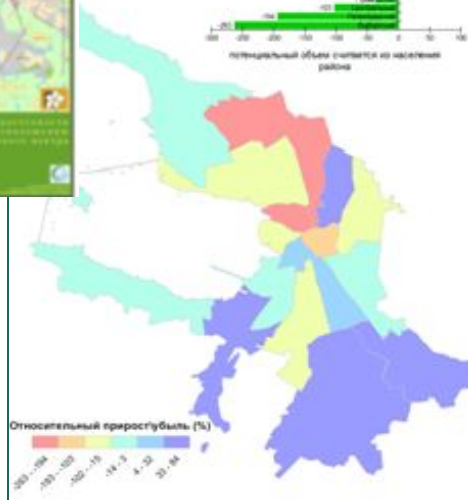
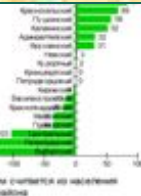
Карта сети « _____ »
2008 - 2009 г.

Карта сети « _____ »
после 2009 г.

Локальный анализ территории



Сравнение потенциальной и реальной емкости рынка фитнес-услуг в Демократ



Продукт – геомаркетинговый отчет



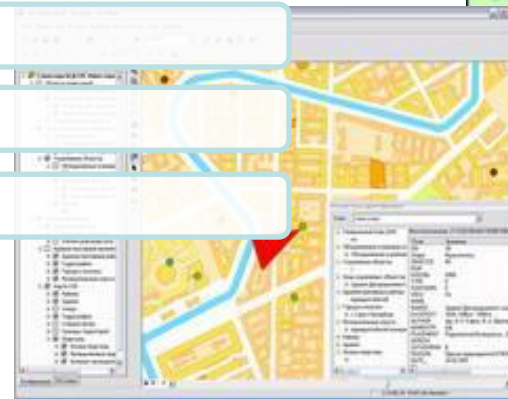
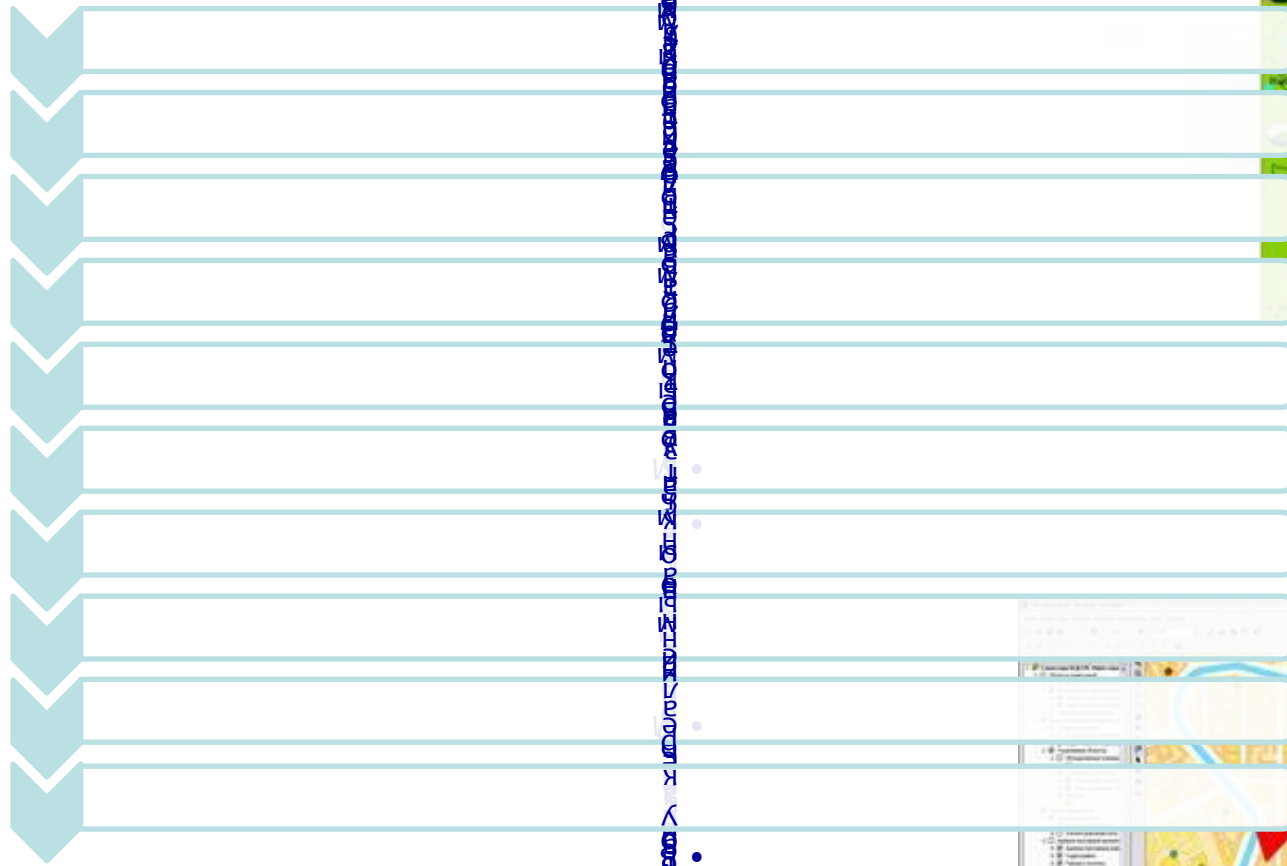
Возможна поставка просмотрщика геоданных (Arc Reader) с базовым функционалом (навигация по карте, поиск адреса или в слое, информация в точке, работа со слоями, компоновка отчета в любом месте карты) на CD

2. Геоданные

*ГИС-формат для
Ваших ГИС!!!*



Геоданные

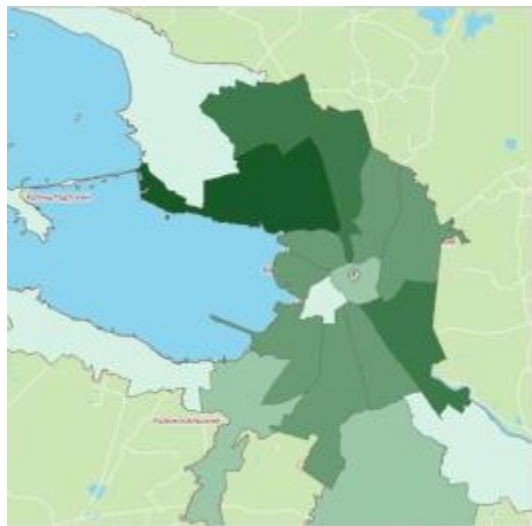


Геоданные. Уровень детализации

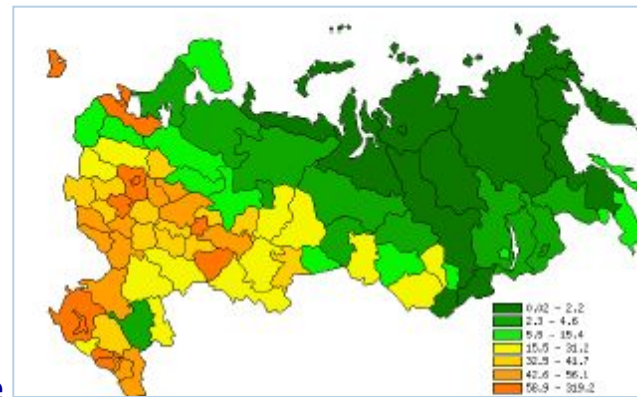


Муниципальные
Округа
15,000-70,000
жителей

ЦПИ
единственный
поставщик
геомаркетинговой
информации с
точностью до
квартала (65 городов
России).



Административное
деление города
150,000-300,000
жителей



Округа или регионы:

- более 4,000,000 жителей (Москва, Санкт-Петербург)
- более 1,000,000 жителей (11 городов)
- 500,000 – 1,000,000 жителей
- менее 500,000 жителей

Геоданные. Пример СПб

- ❖ Плотность супермаркетов
- ❖ Продуктовые гипермаркеты: площади, парковки
- ❖ Зоны обслуживания продуктовых гипермаркетов
- ❖ Зоны обслуживания продуктовых гипермаркетов: численность населения в зоне
- ❖ Зоны доступности на автомобиле от продуктовых гипермаркетов. Борьба за потребителя на пересечениях
- ❖ Крупные торговые объекты. Продуктовые арендаторы
- ❖ Основные сетевые супермаркеты
- ❖ Адресный список основных сетевых супермаркетов по районам города
- ❖ Основные сетевые дискаунтеры и магазины у дома
- ❖ Адресный список дискаунтеров и магазинов у дома по районам города
- ❖ Плотность дискаунтеров и магазинов у дома
- ❖ Обеспеченность населения муниципальных округов супермаркетами, дискаунтерами и магазинами у дома
- ❖ Пешеходная доступность к основным супермаркетам, дискаунтерам, магазинам у дома. Неохваченные территории
- ❖ Основные сетевые супермаркеты, дискаунтеры и магазины у дома в зонах доступности к станциям метро. Плотность распределения



Геоданные. Пример СПб

- ❖ Численность населения по районам в 2008 г. Динамика численности населения по районам за 5 лет
- ❖ Численность взрослого активного населения по районам города (На карт-схеме представлена численность взрослого активного населения (25-49 лет), цифрами показаны численность других возрастных групп по районам: малыши в возрасте 0-4 года, дети дошкольного и младшего школьного возраста от 5 до 9 лет, дети среднего школьного возраста от 10 до 14 лет, дети старшего школьного возраста и студенты средних и высших учебных заведений от 15 до 24 лет, люди пенсионного возраста старше 50 лет)
- ❖ Число домохозяйств по муниципальным округам города
- ❖ Новые районы города. Дома, построенные в 2003 – 2008 гг.
- ❖ Развитие транспортной инфраструктуры. Пешеходная доступность к метро: существующие и будущие станции

- ❖ Среднемесячная начисленная заработная плата по районам города
- ❖ Платежеспособность населения. Иномарки стандарт класса
- ❖ Платежеспособность населения. Иномарки бизнес класса
- ❖ Автомобилисты. Среднесуточный автопоток по основным магистралям города
- ❖ Автомобилисты. Модель притяжения



Геоданные. Пример Москва

Детализация: Москва

- ❖ Среднемесячная заработная плата в среднем по Москве
- ❖ Денежные доходы населения Москвы и их динамика
- ❖ Потребительские расходы на душу населения в Москве
- ❖ Денежный оборот на вторичном рынке недвижимости в среднем по Москве
- ❖ Количество собственных автомобилей на душу населения по Москве и М.О.
- ❖ Численность населения по районам
- ❖ Численность населения по избирательным участкам
- ❖ Плотность населения
- ❖ Плотность строящегося жилья
- ❖ Плотность новостроек 2003-2007
- ❖ Средняя цена кв.м. жилья (бизнес и элит класс)
- ❖ Распределение БЦ класса А и В+
- ❖ Модель распределения работающих в БЦ класса А и В+
- ❖ Средняя цена кв.м. жилья (комфорт класс)
- ❖ Распределение БЦ класса ниже В+
- ❖ Модель распределения работающих в БЦ класса ниже В+
- ❖ Рынок фитнес-центров класса Бизнес и Бизнес + (плотность)
- ❖ Рынок фитнес-центров класса Демократ и Эконом (плотность)
- ❖ Обеспеченность фитнес-клубами по районам Москвы
- ❖ Зоны охвата загородных направлений
- ❖ Коттеджи по направлениям
- ❖ Расположение основных коттеджных и дачных массивов

- ❖ ТК, ТРК, гипермаркеты, DIY, садовые центры, крупные цветочные магазины
- ❖ Строящиеся ТК, ТРК, гипермаркеты, DIY
- ❖ Автопотоки

Детализация: замеры по 22 выездным магистралям М.О.: утро, обед, вечер по 10 мин. 3 дня в неделю (2 будних и 1 выходной)

- ❖ Среднесуточный поток автомобилей, результаты 22 измерений по выездным магистралям у КАД

Детализация: округа Москвы

- ❖ Численность населения по округам Москвы

Детализация: До дома в Москве

- ❖ Генеральный план развития Москвы до 2020 г.



Геоданные. Пример Московская обл.

Детализация: Города и поселки М.О.

- ❖ Новостройки, построенные в 2003-2007 гг.;
- ❖ Строящиеся здания со сроками сдачи до 2010 г.
- ❖ Стоимость кв.м жилья в многоквартирных домах по М.О. на вторичном рынке
- ❖ Число сделок на вторичном рынке жилья М.О.
- ❖ Активность покупателей жилья на 1 000 чел.
- ❖ Среднемесячная заработная плата в М.О.
- ❖ Генеральный план развития М.О. до 2020 г (Схема территориального планирования М.О.) (280 страниц)
 - Зона планируемого развития системообразующих коммуникаций и сооружений
 - Зоны планируемых особо охраняемых природных территорий
 - Зоны планируемых особо охраняемых историко-культурных ландшафтов
 - Планируемое развитие транспортной инфраструктуры
 - Зоны планируемого размещения объектов областного значения
 - Зоны планируемого размещения объектов капитального строительства областного значения
 - Территории концентрации градостроительной активности
 - Территории первоочередных пространственных преобразований

- ❖ Денежный оборот продовольственных товаров по крупным и средним предприятиям М.О.
- ❖ Индикаторы массовости: ТК, гипермаркеты, строительные гипермаркеты, садовые центры, места отдыха и развлечений, крупные цветочные магазины по М.О.
- ❖ Денежный оборот розничной торговли в М.О.
- ❖ Денежный оборот общественного питания по крупным и средним предприятия по М.О.
- ❖ Денежный оборот на вторичном рынке недвижимости по М.О.
- ❖ Строящиеся ТК и ТРК, гипермаркеты DIY, продовольственные гипермаркеты
- ❖ Численность населения по городам и поселкам М.О.
- ❖ Торговые центры, торгово-развлекательные центры, гипермаркеты, садовые центры, DIY М.О.

Детализация: муниципальные округа М.О.

- ❖ Распределение сельского и городского населения М.О.



Геоданные. Пример Московская обл.

Детализация: Московская область

- ❖ Строительство жилых домов
- ❖ Административные деления Москвы и М.О.
- ❖ Районы М.О.
- ❖ Округа Москвы
- ❖ Муниципальные округа районов М.О.
- ❖ Города и поселки Московской области
- ❖ Гидрография Москвы и М.О.
- ❖ Дорожная сеть Москвы и М.О. (основные магистрали ЦКАД и МКАД)
- ❖ Строящиеся и проектируемые магистрали федерального и областного значения
- ❖ Изменение объемов розничной торговли
- ❖ Структура оборота розничной торговли
- ❖ Динамика розничной торговли в стационарной сети и на рынках, по размеру торговых компаний
- ❖ Динамика структуры розничной торговли
- ❖ Денежный оборот общественного питания
- ❖ Динамика оборота общественного питания
- ❖ Денежный оборот платных услуг населению
- ❖ Занятость и безработица
- ❖ Экономическая активность населения



Детализация: районы и города М.О.

- ❖ Темпы роста оборота розничной торговли в 2000 - 2006гг.
- ❖ Обеспеченность торговыми площадями по М.О.

Детализация: районы М.О.

- ❖ Численность населения по районам М.О.
- ❖ Инвестиции из-за рубежа по районам М.О.
- ❖ Распределение сельского и городского населения М.О.
- ❖ Инвестиции в основной капитал по районам М.О.

Детализация: по всей М.О.

- ❖ Все садоводства и коттеджные поселки в М.О.
- ❖ Дома в садоводствах коттеджных поселках
- ❖ Количество проданных автомобилей по М.О.
- ❖ Количество собственных автомобилей на душу населения по Москве и М.О.
- ❖ Возрастной состав населения М.О.
- ❖ Прожиточный минимум по М.О.
- ❖ Денежные доходы населения М.О. и их динамика
- ❖ Потребительские расходы на душу населения в М.О.
- ❖ Структура использования денежных доходов в М.О.
- ❖ Основные показатели денежных доходов населения в реальном выражении по М.О. в 2000-2005 годах (%)

Екатеринбург и еще 40 городов:

- ❖ Карт-схема
- ❖ Численность населения по Кварталам
- ❖ Точки торговли: гипермаркеты, ТРК, ТЦ.
- ❖ Пространственные модели по факторам платежеспособности
- ❖ Среднесуточный автомобильный (по 25 городам)

Подробный список городов на сайте www.geointellect.ru



Пространственные модели

Модели, построенные по косвенным данным в условиях нехватки информации

- Модели плотности точек
- Плотность населения и работающих
- Модель зон пригодности
- Модель платежеспособности по косвенным признакам
- Зоны обслуживания
- Обеспеченность по м.о. и проч.
- Модели близости/удаленности (от собственной сети, от конкурентов, к основным магистралям и т.п.)
- Модель пешеходных потоков
- Модель обслуживания зон метро
- Модель торговых коридоров
- Модель миграции автопотоков на территории Московской обл.

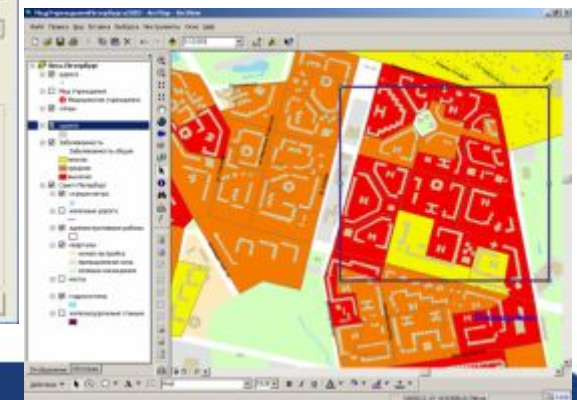
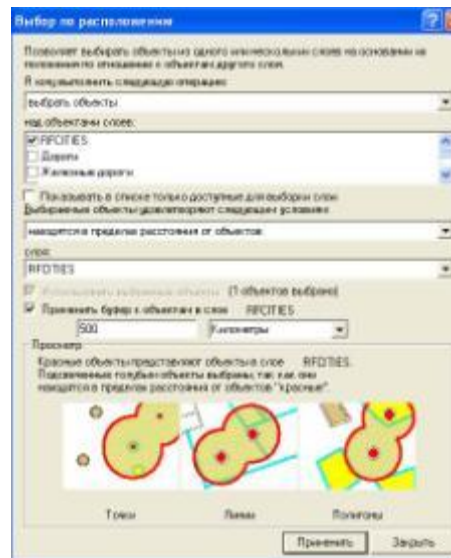
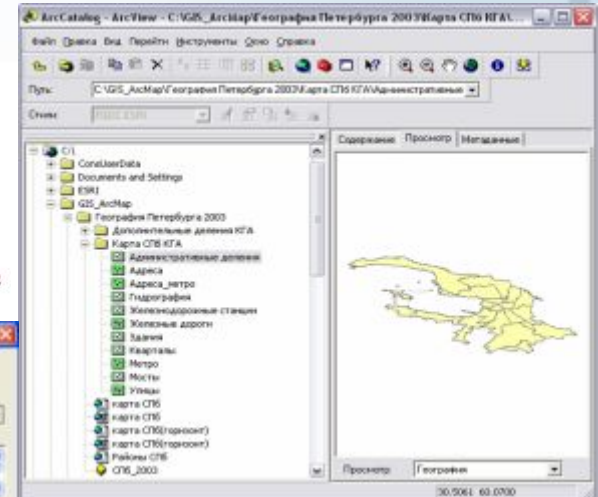


Пространственные модели



Продукт

- Файлы в векторном формате SHP (Arc GIS, ESRI), либо в MapInfo (MID/MIF)
- Файлы в других векторных форматах ГИС
- Файлы табличные (xls, dbf)
- Файлы GRID-формата (растр), например img
- Проекции
- В виде геоинформационного просмотрщика геоданных
- В виде «толстого клиента» - профессионального ПО ГИС (например, Arc GIS)
- В печатной версии Бизнес-атласа





A.GIS.web – аналитический геоинформационный web-сервис от ЦПИ

*Используйте функции
геоанализа и редкие геоданные,
находясь в офисе!!!*

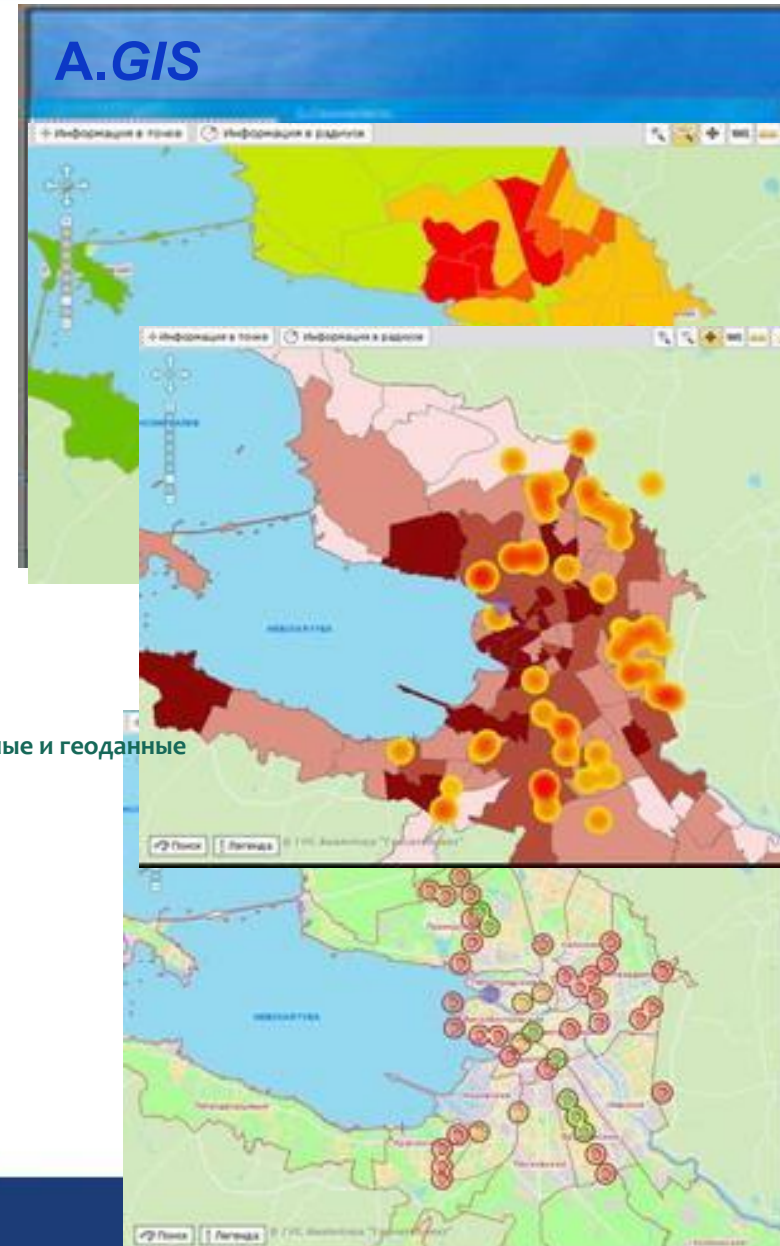


A.GIS.web

A.GIS.web – это уникальная услуга онлайн геомаркетинговое ПО позволяющее компания самостоятельно производить геомаркетинговый анализ и состоящей из:

- базового набора функций,
- карты города (или России),
- набора маркетинговых данных **A.GIS.web**

- Функционал
- Карты городов
- Маркетинговые данные и геоданные



A.GIS.web. Базовые Функции

Базовый функционал

- ◆ Визуализация карты (до дома)
- ◆ Визуализация демографических слоев (от района до квартала)
- ◆ Визуализация слоев конкуренции (точки на карте)
- ◆ Информация в точке на карте
- ◆ Информация в радиусе (подсчет статистики, например кол-ва населения, или списка конкурентов)
- ◆ Генерация отчета
- ◆ Простейший поиск адреса
- ◆ Навигация по карте (увеличить, уменьшить, вся карта, сброс, передвинуть, масштабная линейка)
- ◆ Инструмент измерения расстояния и площади

Выбрать данные в точке

Информация в точке	
Код:	462 650
Площадь, кв. м:	0,4 13 934
Число объектов:	0,4 10 732
Плотность объектов:	10,18 10,000
Число объектов:	15,24 44 083
Плотность объектов:	15,91 334 636
Число объектов:	17,00 104 140
Плотность объектов:	17,00 104 140

Таблица слоев:	
Имя:	138 616
Код:	138 616
Имя:	17 476
Код:	17 476
Имя:	17 476
Код:	17 476

Отчет

Сводная статистика	
Имя:	138 616
Код:	138 616
Имя:	17 476
Код:	17 476
Имя:	17 476
Код:	17 476

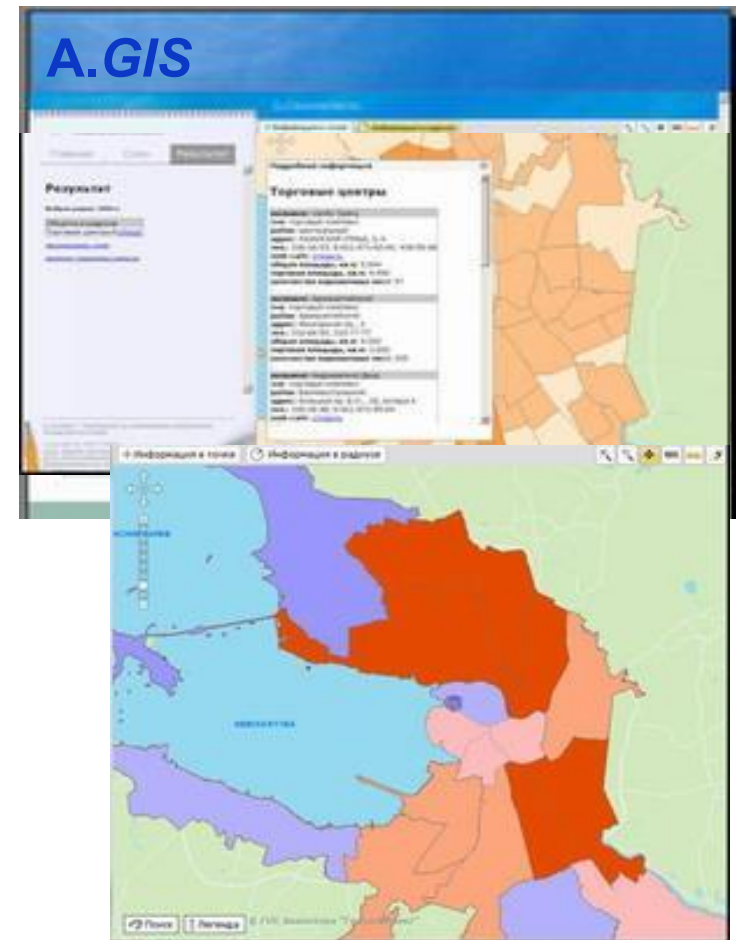
Выбрать данные в радиусе



A.GIS.web. Дополнительные функции

Дополнительные опции услуги

- ◆ Сбор и внедрение специализированных слоев (геоданных по Вашему бизнесу) – в т. ч. по результатам полевых исследований
- ◆ Внедрение новых функций, отличных от базовых (многокритериальный поиск и пр.)
- ◆ Разработка и внедрение математических моделей, которые автоматизировано считали бы необходимые показатели (цифры) в точке



A.GIS.web. Услуга

- **Способ предоставления услуги** – через Интернет. У пользователя загружается стандартный Интернет-браузер (Internet Explorer или Mozilla FireFox) с настроенными функциями и геоданными по городам в зависимости от комплектации
- **Число мест на одну организацию** – неограниченно
- **Срок пользования услуги от 1 недели до неограниченного времени.**
- Подписка сохраняется при увеличении слоев в системе по одному городу
- Подписка меняется при доступе по другим городам (предоставляются скидки до 40%)
- **Данная услуга подходит для Заказчиков**, которые хотят самостоятельно проводить геомаркетинговый анализ, а также сэкономить на покупке дорогостоящего программного обеспечения, карт и геоданных. Оплата идет только за создание и внедрение данных и за подписку с определенной периодичностью



A.GIS.web. Преимущества

Не нужна закупка дорогостоящих ГИС геоданных

Не нужно дополнительное обучение сотрудников применение ГИС

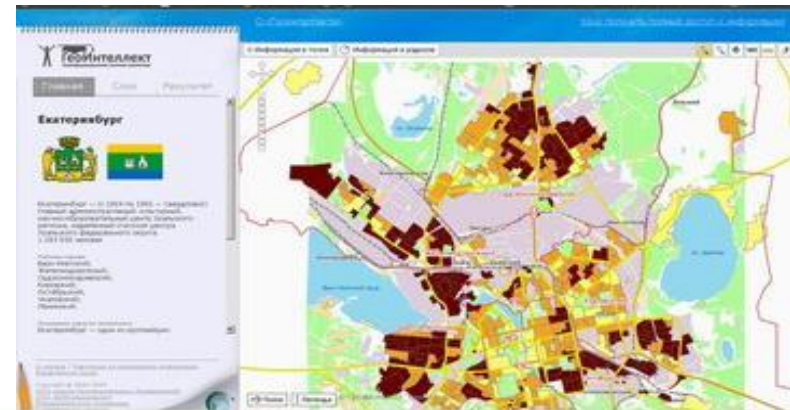
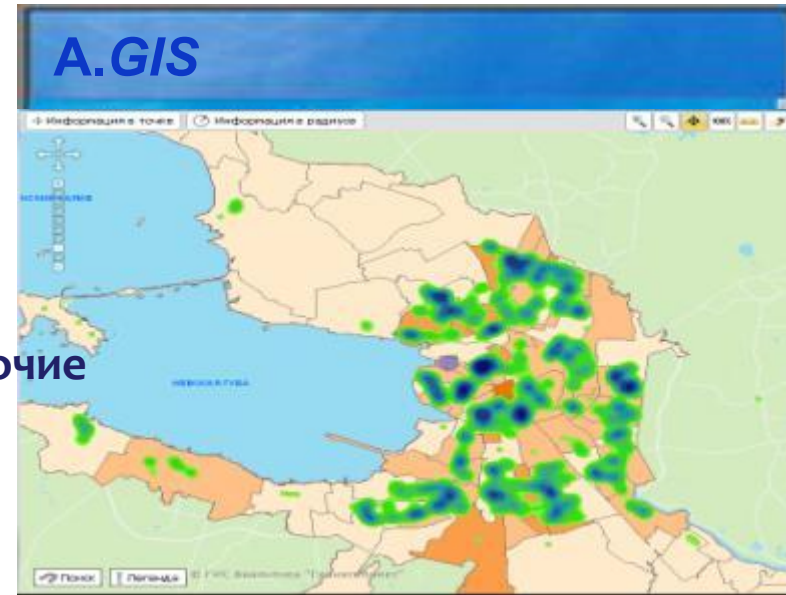
Не нужна покупка дополнительного ПО ГИС на рабочие места

Не нужна покупка геоданных

Возможность работать с геоданными детально

Возможность использовать уникальные функции системы

Возможность получить доступ к наработанным геоданным ЦПИ





Работаем для лучшего решения!



Центр
Пространственных
Исследований



Спасибо!



*Центр Пространственных Исследований
Санкт-Петербург, Рижский пр., 41, БЦ КалининЪ, оф. 307,
Контакты: Denis.Strukov@gmail.com,
Тел. в Санкт-Петербурге: +7(921)9837073
+7(812)4935227
Тел. в Москве: +7 (916)8124600
Сайт www.geointellect.ru*