

Wspieranie efektywnego rozwoju detalistów

Knights Frank – niezależna firma doradcza na rynku nieruchomości, wykorzystuje platformę Esri ArcGIS, aby pomóc firmom zajmującym się handlem



detalicznym znaleźć najbardziej korzystne lokalizacje dla nowych sklepów w całej Wielkiej Brytanii. Wykonując analizy geoprzestrzenne uwzględniające wiele czynników firma może szybko proponować swoim klientom takie lokalizacje, w których istnieje najwyższe prawdopodobieństwo zmaksymalizowania zysków i ograniczenia ryzyka.

Wyzwanie

Nazwana „Globalnym Doradcą Roku 2016 na rynku nieruchomości” w dorocznym konkursie Estates Gazette Awards, firma Knight Frank to jedna z największych na świecie niezależnych firm doradczych na tym rynku. Posiada 411 oddziałów w 59 krajach i zatrudnia 14 000 pracowników. Ponad 50% działalności firmy Knight Frank dotyczy nieruchomości komercyjnych, dlatego niezwykle ważne dla niej jest świadczenie na rzecz klientów komercyjnych wysoce profesjonalnych usług o dużej wartości dodanej.

Na podstawie zdobytych wcześniej doświadczeń Knight Frank zdaje sobie sprawę, że wiele organizacji handlowych podchodzi w sposób nieusystematyzowany do wyboru lokalizacji dla swoich placówek. Firmy często mają do wyboru potencjalne lokalizacje w całej Wielkiej Brytanii i na świecie. Jednak z wielu powodów nie są w stanie postępować zgodnie ze standardowym podejściem, w ramach którego ocenia się przydatność i rentowność potencjalnych miejsc porównując je między sobą. Nie mogą one efektywnie rozwijać swoich działań w najbardziej odpowiednich

do tego miejscach, co zwiększa koszty i ryzyko prowadzenia biznesu.

Aby rozwiązać ten problem, Dział Badań Komercyjnych Knight Frank, działający w głównej siedzibie firmy w Wielkiej Brytanii, postanowił wdrożyć usystematyzowane podejście oparte na wynikach analiz i mające na celu ocenę potencjalnych, nowych lokalizacji placówek prowadzących działania biznesowe. Zgodnie z przyjętymi założeniami istotne, znaczące informacje charakteryzujące klientów miały być udostępniane zespołom wewnętrznym. Umożliwiało im to dostarczanie najlepszych usług z zakresu obsługi nieruchomości klientom komercyjnym, do których należą sklepy spożywcze, sklepy z artykułami rekreacyjnymi i sieci kawiarni.

Dzięki wynikom analiz realizowanych w ArcGIS nasi klienci mogą nabierać większego zaufania do podejmowanych przez siebie decyzji i mogą wybierać takie lokalizacje, które zapewnią najniższe ryzyko i największą potencjalną rentowność” James Nolan – Senior Geospatial Analyst, Commercial Research Department, Knight Frank

Rozwiązanie

Jak wyjaśnił James Nolan, Senior Geospatial Analyst w Knight Frank, firma ta wykorzystuje platformę ArcGIS Esri do analiz lokalizacyjnych głównie ze względu na elastyczność tej platformy.

„W związku z zamiarami prowadzenia szerokich analiz, a także ze zróżnicowaniem klientów, z którymi pracujemy, potrzebowaliśmy elastycznego narzędzia,” mówi James Nolan. „ArcGIS dysponuje zaawansowanymi narzędziami analiz geoprzestrzennych i pozwala na wprowadzanie danych z różnych źródeł. To bardzo silny, bardzo elastyczny GIS. ”

Firma używa Esri ArcGIS Desktop i korzysta z usług hostowanych przez Esri UK w celu:

- tworzenia wysoce ukierunkowanych, szczegółowych baz danych o klientach placówek handlowych, zawierających między innymi: dane demograficzne, dane o istniejących obiektach handlowych i dane o lokalizacji placówek konkurencji,
- wykonywania analiz geoprzestrzennych do oceny dostępności placówek dla klientów docelowych i określania zasięgów obszarów działania,
- generowania izochron podróży, które są dodawane jako warstwy informacyjne na mapach tematycznych,
- uwzględniania wyników badań nad zmieniającymi się trendami konsumenckimi i trendami w handlu detalicznym, takimi jak struktura wydatków dokonywanych przez przedstawicieli pokolenia Y, a także rozwój sektora dyskontów sprzedających żywność,
- korzystania z oprogramowania Esri ArcScene do analizy odległości i czasu potrzebnego do przemieszczania się między poszczególnymi lokalizacjami,
- doskonalenia uzyskiwanych wyników poprzez modyfikowanie kryteriów pozwalających na określenie najlepszych lokalizacji.

*„ArcGIS wzmacnia pozycję firmy Knight Frank w szybkim informowaniu klientów o przydatności dostępnych lokalizacji”
James Nolan – Senior Geospatial Analyst, Commercial Research Department, Knight Frank*

Korzyści

Wyższa jakość, usługi na rynku nieruchomości oparte na wynikach analiz

Dzięki korzystaniu z ArcGIS Knight Frank jest w stanie wskazać optymalne lokalizacje dla prowadzenia konkretnego biznesu, a tym samym oferuje swoim klientom komercyjnym usługi o wyższej jakości. Może łączyć badania zachowań konsumentów z pokolenia Y lub działań konkurencji ze szczegółowymi danymi

statystycznymi ludności i określać aktualne możliwości w zakresie prowadzenia handlu detalicznego. Firma przygotowuje również dokładne analizy, odpowiadające potrzebom określonych klientów i pomaga im w podejmowaniu świadomych decyzji dotyczących nowych przedsięwzięć.

Zmniejszone ryzyko wielomilionowych inwestycji

Stosując właściwie usystematyzowane podejście GIS-owe firma Knight Frank przyczynia się do zmniejszania ryzyka ponoszonego przez jej klientów w podejmowaniu decyzji inwestycyjnych o wartości wielu milionów funtów. Na przykład, po określeniu potencjalnej, nowej lokalizacji dla siedziby sprzedawcy, Knight Frank może znaleźć istniejący sklep o podobnym profilu demograficznym i geograficznym. Jeśli taki porównywalny sklep uzyskuje zadowalające wyniki finansowe, klient może mieć do pewnego stopnia przekonanie, że poziom ryzyka niepowodzenia biznesu w nowej lokalizacji będzie niewielki. „Dzięki wynikom badań, które uzyskujemy korzystając z ArcGIS, nasi klienci mogą mieć większe zaufanie do swoich decyzji i mogą wybrać takie lokalizacje, które zapewniają najmniejsze ryzyko i największą potencjalną rentowność,” mówi Nolan.

Krótszy czas dotarcia do rynku

Zanim analitycy firmy zostaną wysłani w teren, Knight Frank jest w stanie wykonywać prawie wszystkie analizy lokalizacyjne korzystając z ArcGIS, z danych innych firm, a także z danych dostępnych publicznie. Dzięki temu uzyskuje się nie tylko znaczne oszczędności kosztów, ale także przyspieszenie procesu poszukiwania lokalizacji. Pozwala to zapewnić klientom zdobycie najbardziej korzystnych lokalizacji zanim uda się to konkurencji, a także skraca czas ich dotarcia do rynku. „Kiedy w galeriach handlowych i na głównych ulicach pojawiają się wolne przestrzenie dla prowadzenia biznesu, może okazać się, że może pojawić się duża konkurencja ze strony chętnych do ich wykorzystania.” wyjaśnia Nolan. „ArcGIS wzmacnia pozycję firmy Knight Frank w szybkim informowaniu klientów o przydatności

dostępnych lokalizacji dla ich potrzeb.”

Źródło – <http://resource.esriuk.com/knight-frank/>