

Verkaufs- und Effizienzsteigerung im Vertrieb durch Standort-Analysen und Einwohnerstruktur-Informationen für Ihre Produkte

Wie können Sie sich als Hersteller von Kosmetik und Körperpflege-Produkten:

- ◆ im hart umkämpften pharmazeutischen Markt von Ihren Wettbewerbern abgrenzen und Ihren Erfolg sichern bzw. deutlich steigern?
- ◆ die Informations-Basis über Ihre (Apotheken-)Kunden deutlich ausbauen?
- ◆ **die (Apotheken-)Standorte finden, die Ihnen den höchsten Produktabsatz versprechen?**

Mit einem

- ◆ **immer aktuellen Apotheken-Adressbestand**

und der

- ◆ **Einwohner-Profil- und Infra-Struktur-Analyse der apomind GmbH**

Durch die Nutzung und Verknüpfung von soziodemografischen Daten / Geomarketing-Informationen / Erhebungen zu Konsumenten-Affinitäten und deren intelligente Verknüpfung mittels mathematisch-statistischer Verfahren erfahren Sie alles Wesentliche über einen Standort und dessen Umfeld (siehe Rückseite) um damit

- ◆ **die (Apotheken-)Standorte zu finden, in deren Einzugsgebiet Ihre Zielgruppe überdurchschnittlich vertreten ist**
- ◆ **zu wissen, an welchem (Apotheken-)Standort die Einwohner eine hohe Affinität für Kosmetik und Körperpflege-Produkte aufweisen und auch über die entsprechende Kaufkraft verfügen, Ihre Produkte zu kaufen**
- ◆ **die (Apotheken-)Standorte zu finden, die Ihnen den größten Umsatz versprechen**
- ◆ **die Informationsbasis über Ihre Kunden und deren Umfeld deutlich zu verbessern**
- ◆ **Ihre Vertriebsressourcen optimal und effizient einzusetzen**

Auszug aus den Informationen/Daten/Merkmalen, die entweder auf Umkreis - oder Einzugsgebietsebene ausgewertet / berechnet werden und Ihnen zur Verfügung gestellt werden:

Kaufkraft nach Lebensphasen	Umkreis / Einzugsgebiet	Vergleichszahlen BRD	Tendenz
Kaufkraft "junge Erwachsene" pro EW	EUR 6.792	EUR 6.347	↑
Kaufkraft "Voll im Leben" pro EW	EUR 24.648	EUR 24.308	↑
Kaufkraft "Etablierte" pro EW	EUR 23.821	EUR 25.149	↓
Kaufkraft "Senioren" pro EW	EUR 21.128	EUR 21.117	→

Haushalte nach Kinderstruktur	Umkreis / Einzugsgebiet	Vergleichszahlen BRD	Tendenz
Haushalte ohne Kinder	6.865 HH (69,8 %)	70,8 %	↓
Haushalte mit Kindern	2.971 HH (30,2 %)	29,2 %	↑
dav. Haushalte mit Kindern unter 18 Jahren	2.031 HH (20,6 %)	20,2 %	↑

Haushalte nach Netto-Einkommen u.a.	Umkreis / Einzugsgebiet	Vergleichszahlen BRD	Tendenz
EUR 3.600 - EUR 5.000	1.158 HH (11,7 %)	14,4 %	↓
> EUR 5.000	1.702 HH (17,3 %)	13,7 %	↑

Einwohner-Entwicklung und Prognose	Umkreis / Einzugsgebiet	Vergleichszahlen BRD	Tendenz
Entwicklung 2014	+ 147 EW		
Einwohnerprognose 2020	+ 1,5 %	- 0,8 %	↑

Umsatzpotenzial Gesundheitsprodukte	Umkreis / Einzugsgebiet	Vergleichszahlen BRD	Tendenz
Potenzial OTC / Freiwahl pro EW	EUR 84	EUR 88	↓
Potenzial Körperpflegemittel pro EW	EUR 122	EUR 136	↓

Affinitäten und Typologien u.a.	Index	Vergleichszahlen BRD	Tendenz
Affinität im Versandhandel bestellen	60	100	↓
Der OTC-Käufer / Der Apotheken-Käufer	119	100	↑
Der Apotheken-Käufer	110	100	↑
Affinität für Fitness / Wellness	46	100	↓
Lifestyles of Health and Sustainability (Hohes Gesundheitsbewusstsein; ökologische Nachhaltigkeit; hohe Kaufkraft; Affinität für Bio- und regionale Produkte)	96	100	↓
Best Ager (u.a. älter als 50; überdurchschnittliche Kaufkraft; qualitätsbewusst; entdecken die online-Welt ökologische Nachhaltigkeit; Affinität für Bio- und regionale Produkte)	134	100	↑

Indikationspotenziale u.a.	Index	Vergleichszahlen BRD	Tendenz
Arthrose / Rheuma	117	100	↑
Diabetes	78	100	↓
Bluthochdruck	122	100	↑
Cholesterin	89	100	↓
Migräne	67	100	↓
Allergien	111	100	↑

Sonstige Informationen	Wert	Sonstige Informationen	Wert
Kaufkraftzufluss / -abfluss	+ EUR 20,0 Mio ↑	Einwohner pro Apotheke	2.239 EW ↓
Büroarbeitsplätze	4.571 St.	Ärzte / Fachärzte	32 St.
Saldo Ein- und Auspendler	- 266 EW ↓	Frauenanteil (Ø 51,1 %)	51,4 %