

Ứng dụng GIS trong phân khúc thị trường phân phối sản phẩm

Tóm tắt

Trong tất cả các nền kinh tế, luôn luôn có sự phân phối hàng hóa, đặc biệt trong nền kinh tế thị trường hiện nay với đặc điểm đa cầu và đa cung đòi hỏi các nhà sản xuất, các nhà cung cấp dịch vụ phải cạnh tranh rất khốc liệt nhằm thỏa mãn tối đa, đáp ứng kịp thời các nhu cầu của khách hàng.

Với tiêu chí mang lại sự tiện lợi nhất cho khách hàng. Các nhà sản xuất, các nhà cung cấp dịch vụ ngày càng phải tìm hiểu, thống kê về các đối tượng khách hàng của mình, tìm hiểu thống kê khách hàng cần những gì, khách hàng là ai?, khách hàng đang ở đâu?. Như vậy, việc phân phối hàng hóa đòi hỏi rất nhiều thông tin về khách hàng, từ các thông tin này tiến hành phân loại các nhóm khách hàng nhằm thực hiện việc phân khúc thị trường. Các thông tin về nhóm khách hàng bao gồm các thông tin xã hội, các thông tin vị trí địa lý của nhóm khách hàng, các thông tin liên quan như hạ tầng kinh tế ..v.v...

Hệ thống thông tin địa lý (GIS) ngày nay đã mang lại hiệu quả cao trong việc xử lý tích hợp các dữ liệu thuộc tính và dữ liệu không gian, cũng sẽ mang lại hiệu quả cao trong lĩnh vực thương mại, nhất là phân khúc thị trường định vị trong lĩnh vực phân phối hàng hóa dựa trên các dữ liệu xã hội và các dữ liệu không gian liên quan đến khách hàng.

Trích tài liệu “Hội thảo Khoa học Công nghệ Thông tin Địa lý” tháng 08/2005