

Kupper dagligvare

IT: Geinsight har fått en treårig avtale med Norges-Gruppen, og leverer dermed beslutningsstøtte for alle de fire store dagligvarekjedene.

ESPEN KVALHEIM
ESPEN.KVALHEIM@FINANSAVISEN.NO

Selv om det kan herske ulike forklaringer på «hvor David kjøpte ølet», er den norske dagligvarebransjen samstemt i én sak: Det er Geinsight som forteller dem hvor butikken bør ligge.

Selskapets analyseverktøy Business Analyst samler blant annet geografisk informasjon, trafikkdata og demografiske opplysninger, og presenterer dette på en helhetlig måte som gjør det enklere å vurdere forretningsgrunnlaget før man går til skritt som å åpne nye eller lukke eksisterende butikker.

Nylig fikk Geinsight en treårig kontrakt med Norgesgruppen på bruk av dette verktøyet, og dermed er alle de største norske dagligvaregigantene nå på selskapets kundeliste.

Dyrt å trå feil

– En etablering er en betydelig kostnad, og en feiletablering kan derfor være veldig dyrt. En grundig analyse av forskjellige potensielle lokasjoner sett i et geografisk perspektiv er derfor en viktig del av forarbeidet ved en etablering, sier Dag Johansen, Controller Detalj i Norgesgruppen.

– Vi vil bruke Business Analyst på alle våre butikkonsepter i Norge, og vil også vurdere å bruke verktøyet på forretningskonsepter i andre nordiske land, sier han.



HER SKAL BUTIKKEN

(NED)LEGGES: Hege Støre i Geinsight bistår detaljhandelen generelt, og dagligvarekjedene spesielt, når butikker skal plasseres og/eller avvikles.

FOTO: SELSKAPET

Skal vokse

Geinsight ble spunnet ut av Geodata i november i fjor. Målet er å rendyrke markeds- og etableringsanalyser mot bedriftsmarkedet og GPS mot privatmarkedet.

– Vi har merket en klar økning i etterspørselen fra detaljhandel og øvrig næringsliv etter faktabaserte markedsanalyser og etableringsanalyser foretatt ut fra et geografisk perspektiv, sier daglig leder i det nye selskapet, Hege Støre.

Hun forteller at verktøyet har en sterk posisjon innen varehandel, og at selskapet ser stort vekstpotensial innenfor flere bransjer. Derfor skal Støre vokse – selskapet skal telle 8 ansatte innen utgangen av 2009, og omsetningen skal nærme seg 18 millioner kroner.