

## Fallstudie

# Rexall nutzt die Analyse von Geodaten, um Angebot und Nachfrage optimal aufeinander abzustimmen.

## Kundenprofil

### Rexall

rexall.ca

- Eine über 100-jährige Geschichte als eine der vertrauenswürdigsten Apothekenketten Kanadas.
- 470 Filialen in 200 Städten.
- Mitglied der Rexall Pharmacy Group Ltd., einer hundertprozentigen Tochtergesellschaft der McKesson Corp.



## Überblick

Der kanadische Apothekenmarkt ist in den letzten Jahren auf mehr als 10.200 Apotheken angewachsen und hart umkämpft. In diesem wettbewerbsintensiven Umfeld haben einige Unternehmen ihr Angebot erweitert und versuchen so, sich einen Wettbewerbsvorteil zu verschaffen. In der Folge erwarten immer mehr Kunden zusätzliche Produkte und Dienstleistungen. Rexall hat auf diese gesteigerten Anforderungen reagiert und das Angebot an Kosmetik-, Lebensmittel- und Alltagsprodukten erweitert.

## Geschäftliche Herausforderung

Für Rexall ist die Wahl geeigneter Standorte entscheidend. Die Vorlaufzeit bis zur Eröffnung einer neuen Apotheke beträgt 18 bis 24 Monate und setzt eine langfristige Immobilienstrategie voraus. Mehr als 20 Rexall-Mitarbeiter arbeiten permanent an der Auswahl passender Standorte, einschließlich der Bewertung des aktuellen Angebots in den Filialen sowie der Anwendung eines prädiktiven Modells zur Identifizierung und Bewertung neuer Verkaufschancen.

“Wir brauchen einen fokussierten, zielgerichteten Ansatz bei der Auswahl der Standorte“, sagt Dave Bolan, Direktor für Marktentwicklung des Unternehmens. “Wir müssen den Kapitaleinsatz in unsere Immobilien optimieren. Wir müssen unser Filialportfolio kontinuierlich bewerten, um sowohl leistungsschwache als auch volumenstarke Filialen zu identifizieren. Wir müssen die wichtigsten Marketing- und Merchandising-Möglichkeiten identifizieren und das Wachstumspotenzial von Markt zu Markt genau verstehen. Und natürlich haben wir uns gegenüber unseren Stakeholdern verpflichtet, den größtmöglichen ROI zu gewährleisten.”

## Lösung

Rexall wandte sich an Pitney Bowes, um bei der Optimierung seiner Immobilien- und Kapitalanlagen zu helfen. Die Apothekenkette nutzt Pitney Bowes GeoInsight™ seit mehr als einem Jahrzehnt, um die Standortauswahl zu unterstützen. “GeoInsight hilft uns, selektiv und zielgerichtet vorzugehen, wenn wir neue Märkte erschließen und bestehende optimieren“, sagt Bolan.

## Eingesetzte Technologie

- GeolInsight™

*“Pitney Bowes ist ein integraler Bestandteil unseres Expansionsprozesses, unserer Strategie und ein geschätztes Teammitglied. Wir treffen keine Entscheidung über den Erwerb von Immobilien oder Apotheken, ohne das Modell von Pitney Bowes durchlaufen und bewertet zu haben.”*

— Dave Bolan, Director,  
Market Development, Rexall



Weitere Informationen online:  
[pitneybowes.com/de](http://pitneybowes.com/de)

Die Pitney Bowes Lösung integriert Verkaufsinformationen aus den Rexall-Apotheken sowie Ergebnisse der Kundenbefragung mit umfangreichen demografischen und geografischen Daten von Pitney Bowes. Anschließend wird eine fein justierte Analyse-Engine eingesetzt, die auf der Mapping- und Analyseplattform Pitney Bowes GeolInsight™ basiert, um Verkaufsprognosen des künftigen Standortes durchzuführen. Die Lösung analysiert auch, inwieweit eine neue Filiale bestehende Rexall-Filialen kannibalisieren würde.

Das Rexall-Management nutzt diese Informationen, um bei der Planung neuer Filialen Prioritäten zu setzen. “Einfach ausgedrückt sind wir jetzt in der Lage, unseren Expansionsplan durch das Optimierungsmodell von Pitney Bowes zu betrachten und sofort zu wissen, wohin wir gehen wollen, mit einem klaren Fokus auf Märkte und Standorte, die als hochinteressant identifiziert wurden”, sagt Bolan.

Ein GeolInsight Add-on erstellt Snapshots des angebotenen Gewerbegebietes und Prognosen für dessen künftige Entwicklung. Diese Prognosen werden vom Merchandising-Team bis zum Geschäftsführer genutzt, um die Zukunft des Unternehmens zu planen. “Aussagekräftige Berichte bieten kompakte Zusammenfassungen für unser Top-Management. Sie sind leicht verständlich und liefern Antworten auf alle relevanten Fragen.”, sagt Bolan.

Rexall nutzt die prädiktive Modellierung, um bestehende Modelle zu vergleichen und die Leistung der Filialen kontinuierlich zu steigern, indem die tatsächlichen Umsätze mit den modellbasierten Prognosen verglichen werden. Wenn die tatsächliche Leistung eines Ausreißers entweder erheblich besser oder schlechter ist als die Vorhersage des Modells, kann das Rexall-Management geeignete

Maßnahmen ergreifen. “Im Falle einer unterdurchschnittlichen Einheit ermöglicht uns Pitney Bowes, die Nachfrage zu quantifizieren und mit der Leistung der Filialen zu korrelieren”, sagt Bolan. “Das gibt uns die Einblicke und Fakten, die wir brauchen, um mit unserem Operations-Team zusammenzuarbeiten und zu verstehen, was mit unserer Strategie oder in dieser Filiale schief läuft.”

## Vorteile

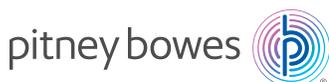
Die analytischen Informationen von GeolInsight helfen Rexall, seine Produkte und Dienstleistungen effektiv auf die Kundennachfrage abzustimmen. Außerdem wird verhindert, dass Mitarbeiter die Analyse von Filialen mit geringem ROI-Potenzial durchführen.

“Der wahre Nutzen von GeolInsight besteht darin, dass wir sofortige Entscheidungen über das Marktpotenzial treffen können”, sagt Bolan. “Diese Fähigkeit beschleunigt unsere Entscheidungsprozesse und hilft unseren Führungskräften, Zeit und Reisekosten zu sparen. Wir können bei Projekten mit geringem Potenzial schnell Nein sagen und dann zur nächsten Gelegenheit übergehen.”

Die GeolInsight-Software spielt eine zentrale Rolle im Entscheidungsprozess von Rexall für die Einrichtung neuer Filialen und die Gesamtinvestitionskosten. “Das war ein echter Gewinn für uns”, sagt Bolan. “Pitney Bowes ist integraler Bestandteil unserer Strategie und ein geschätztes Mitglied unseres Teams. Die Frage ist immer: “Was sagt GeolInsight dazu? Wir treffen keine Immobilien- oder Apotheken-Entscheidung, ohne das Optimierungsmodell von Pitney Bowes durchlaufen und qualifiziert zu haben.”

**Europa/Deutschland**  
Pitney Bowes Deutschland GmbH  
Poststr. 4-6  
64293 Darmstadt  
+49 6151 5202 920  
[contact.de@pb.com](mailto:contact.de@pb.com)

**USA**  
3001 Summer Street  
Stamford, CT 06926-0700  
800 327 8627  
[pbsoftware.sales@pb.com](mailto:pbsoftware.sales@pb.com)



Pitney Bowes und das Unternehmenslogo sind Marken von Pitney Bowes Inc. oder einer Tochtergesellschaft. Alle anderen Marken sind Eigentum ihrer jeweiligen Inhaber.  
© 2019 Pitney Bowes Inc. Alle Rechte vorbehalten.



17-MKTC-04693\_DE