

Cas client : CB Richard Ellis

CB Richard Ellis choisit Experian pour analyser le positionnement et le potentiel commercial des points de vente



Résumé

Mission

Développer un outil d'études géomarketing, interactif et automatisé.

Challenge

répondre aux besoins d'interlocuteurs très variés.

Solution

eMarketer.

Bénéfices

apporte une réponse rapide et efficace aux besoins croissants émanant des clients du Groupe CBRE.



« Nous avons besoin d'une solution géomarketing capable de nous fournir rapidement des informations pertinentes dans des cas de figure variés. eMarketerG3 d'Experian, ergonomique et complète, s'est naturellement imposée ».

Aurélie Lemoine,
Directrice Etudes et Recherche, CB Richard Ellis.

Client

Le groupe CB Richard Ellis, une entreprise du S&P 500 dont le siège social est à Los Angeles en Californie, est le premier groupe mondial de services en immobilier d'entreprise (en termes de CA 2006). Avec environ 24 000 salariés, l'entreprise répond aux attentes des propriétaires, investisseurs et utilisateurs grâce à un réseau de 300 bureaux à travers le monde (hors franchisés et entreprises partenaires). CB Richard Ellis est spécialiste dans les métiers suivants :

- Conseil et commercialisation à la location ou à la vente,
- Global Corporate Services,
- Investissement,
- Expertise,
- Gestion immobilière,
- Ressources stratégiques,
- Aménagement d'espace,
- Assistance à maîtrise d'ouvrage.

En 2007, Business Week a classé CB Richard Ellis parmi les 50 meilleures entreprises de sa catégorie.

Mission

CB Richard Ellis a mandaté la division Business Strategies du groupe Experian pour développer un outil d'études géomarketing, interactif et automatisé, permettant d'analyser le positionnement concurrentiel et le potentiel commercial de tout point de vente existant ou à venir en France.

Ergonomique et rapide, l'outil doit permettre de disposer de l'ensemble des données nécessaires pour répondre aux attentes des clients :

- Evaluation d'un point de vente,
- Positionnement concurrentiel,
- Diagnostic de territoire,
- Etude d'impact.

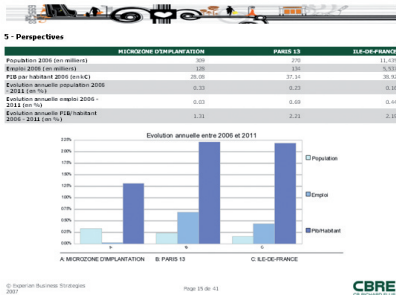
Il doit de plus être en mesure de fournir une application cartographique détaillée pour l'analyse des zones.

Challenge

Cet outil doit pouvoir répondre aux différents besoins exprimés par les interlocuteurs très variés (investisseurs, propriétaires, enseignes) qui travaillent chez CB Richard Ellis.

Immeuble le Triangle de l'Arche
 8, cours du Triangle
 92937 Paris La Défense Cedex
 Tél. : 01 41 45 10 10
 Fax : 01 41 45 10 20
 commercial@experian.fr

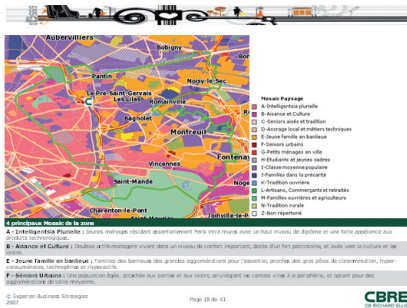
www.experian.fr
 www.businessstrategies.fr



© Experian Business Strategies 2007

Page 15 de 13

CBRE



© Experian Business Strategies 2007

Page 16 de 13

CBRE

PlébiSites, l'outil géomarketing de CBRE, reposant sur la solution eMarketer d'Experian.

Solution

L'outil, baptisé PlébiSites, repose sur le portail eMarketer d'Experian. Il permet, en quelques clics, de créer une zone géographique spécifique ainsi qu'un rapport d'études circonscrit synthétisant, à l'aide de tableaux, de cartes et de graphiques, l'ensemble des données nécessaires à l'évaluation du potentiel commercial d'un territoire ciblé.

Sont ainsi intégrées non seulement des données relatives au profil socio-éco-démographique de la zone concernée et des perspectives

d'évolution, mais aussi l'ensemble des informations concernant l'offre commerciale existante (nombre de points de vente existants, densité commerciale, surfaces, liste des enseignes...). Le rapport d'une quarantaine de pages comprend également des analyses de cohérence, en termes de profil de consommation (reposant sur la segmentation Mosaic© d'Experian), entre le territoire ciblé et un panel d'environ 150 enseignes (grandes surfaces alimentaires et spécialisées, réparties en 9 domaines d'activité).

Bénéfices

Destiné en priorité aux équipes CB Richard Ellis Investissement, Expertises, Surfaces commerciales et Etudes, PlébiSites permet de répondre rapidement et efficacement aux besoins croissants émanant des clients du Groupe CBRE en termes d'analyse et de diagnostic de terri-

toires, qu'ils soient propriétaires, investisseurs, développeurs ou enseignes. Dès 2008, CBRE disposera d'une version enrichie de nouvelles fonctionnalités et bases de données.