

# Πολλήλαπλά επιχειρηματικά οφέλη από τα Γεωγραφικά Συστήματα Πληροφορικής

Του Κωνσταντίνου Χανιώτη\*

**Τ**ΑΧΥΤΕΡΑ, αποτελεσματικότερα, ποιοτικότερα. Αυτοί είναι οι άξονες που οδηγούν στην επιβίωση. Εάν δεν τα καταφέρουμε σε αυτόν τον δρόμο αντοχής για συνεχή βελτίωση, τότε είναι θέμα χρόνου να ξεπεραστούμε από άλλους που θα επιτύχουν να περάσουν τα σημερινά εμπόδια.

Τα Γεωγραφικά Συστήματα Πληροφορικής μπορούν να δώσουν σημαντική ώθηση για ταχύτερη, αποτελεσματικότερη και ποιοτικότερη πληροφορία, αξιοποιώντας κατά τον καλύτερο τρόπο τη γεωγραφική πληροφορία που ενυπάρχει σε όλες σχεδόν τις διαδικασίες μεταφοράς και εξυπηρέτησης. Με το κατάλληλο λογισμικό προσαρμοσμένο στις λειτουργίες της επιχείρησης, μια επιχείρηση θα αυξήσει την ελαστικότητα αντίδρασης μειώνοντας τον αναγκαίο χρόνο, θα μειώσει το κόστος μεταφοράς, ενώ παράλληλα θα αποκαλύψει γεωγραφικές τάσεις και ρεύματα που θα κάνουν ακόμα καλύτερη τη λειτουργία των μεταφορών αλλά και των πωλήσεων.

Στην Ελλάδα, ο βαθμός διείσδυσης των Γεωγραφικών Συστημάτων είναι ακόμα μικρός, ενώ η τεχνολογία έχει πλέον ωριμάσει σε αρκετά ικανοποιητικό βαθμό. Έτσι, σε αυτήν τη χρονική περίοδο, δημιουργούνται οι συνθήκες για την επίτευξη συγκριτικών πλεονεκτημάτων για τις εταιρίες που θα επενδύσουν σε τέτοιου είδους συστήματα.

Ο συνδυασμός των βάσεων δεδομένων, με τη λεπτομερή γεωγραφική απεικόνιση και τα δημογραφικά στοιχεία, δίνει εικόνες που οι πίνακες των πωλήσεων κατά ταχυδρομικό κωδικό ή κατά κατάσταση μοιάζουν με πρωτόγονα εργαλεία.

Ας πάρουμε ένα παράδειγμα. Είσατε εταιρία με δίκτυο καταστημάτων, το οποίο θα πρέπει να εξυπηρετείτε με καθημερινά δρομολόγια για να τους προμηθεύετε διάφορα προϊόντα. Τα προϊόντα σας απευθύνονται σε συγκεκριμένες ηλικίες και χαρακτηριστικά πελατών. Ο στόχος σας είναι η αύξηση των πωλήσεων και η μείωση του κόστους σας. Αυτά όλα τα γνωρίζετε πολύ καλά και μάλιστα βγάζετε, από τη βάση δεδομένων που έχετε, αναφορές ανά ταχυδρομικό κώδικα για το πώς πάνε οι πωλήσεις σας και τις συζητάτε κάθε μήνα και κατανέμετε τα δρομολογία σας με κάποια γενικά γεωγραφικά κριτήρια περιοχών. Λυπάμαι που σας το λέω, αλλά η ανάληψη που κάνετε είναι εμφανώς μωπική. Έχετε αφήσει σημαντικό μέρος της δικής σας

Η γεωγραφική πληροφορία που μπορεί να μετατραπεί σε γνώση αποτελεί συγκριτικό πλεονέκτημα και η σύγχρονη τεχνολογία έχει συγκεκριμένα εργαλεία και λύσεις που οδηγούν σε αυτή

γεωγραφικής πληροφορίας να πάει χαμένο, αποχαιρετώντας και τους δύο στόχους σας.

Ας ξεκινήσουμε από τον πρώτο. Έχετε αρκεστεί σε κάποιους γενικούς δείκτες μεταβολών μέσα στον χρόνο, και έχετε προσδιορίσει τον χώρο με τα κριτήρια των ΕΛΤΑ. Τι σχέση τώρα έχει η κατανομή της δικής σας οικονομικής γεωγραφίας με τους ταχυδρομικούς κώδικες που άλλους κανόνες εξυπηρετούν; Τυχαία, είναι η μοναδική ειλικρινής απάντηση. Κι όμως θα μπορούσατε να σχεδιάσετε τις δικές περιοχές και να μετράτε σε αυτές, να αποτυπώσετε το δίκτυό σας και τους ανταγωνιστές σας πάνω

στον δικό σας εταιρικό χάρτη (η κάθε εταιρία έχει στην πραγματικότητα έναν δικό της χάρτη), να δείτε τη γεινίαση με κομβικά σημεία που κάνουν μια συγκεκριμένη περιοχή καλύτερη από μια άλλη, να αξιολογήσετε την αποδοτικότητα του κάθε σημείου σταθμισμένα με τους παράγοντες που το βοηθούν ή όχι, να μετρήσετε τον βαθμό διεισδυτικότητάς σας. ■

*\*Ο κ. Κ. Χανιώτης (οικονομολόγος, απόφοιτος του LSE) είναι ο κύριος μέτοχος και διευθύνων σύμβουλος της Telenavis Hellas A.E.*

## Γεωγραφικοί παράγοντες επιτυχίας

**Σ**ε τι θα σας βοηθήσουν όλα αυτά; Μα να δείτε τον κόσμο με το δικό σας μικροσκόπιο και να προσδιορίσετε τους γεωγραφικούς παράγοντες επιτυχίας για αποτελεσματικότερη διείσδυση και στοχευόμενη πώληση. Εάν το προϊόν σας απευθύνεται σε άτομα ηλικίας 18 - 25 ετών, το να βρίσκετε ότι οι πωλήσεις σας στον ταχυδρομικό κωδικό 151-33 πηγαιίνουν πολύ καλά δεν σας λέει τίποτα. Το ότι υπάρχει ένα πανεπιστήμιο 150 μέτρα από το κατάστημά σας και ότι απέναντι, στα 40 μέτρα, έχει δύο καφετέριες και οι ανταγωνιστές σας βρίσκονται στα 350 μέτρα από εσάς και 200 από το πανεπιστήμιο, μάλλον σας λέει πολύ περισσότερα. Εάν προσθέσετε και τα χαρακτηριστικά των πελατών σας και των προϊόντων σας, τότε θα έχετε μια ολοκληρωμένη εικόνα. Ας πάμε και στο δεύτερο. Τα δρομολογία σας θα μπορούσαν να καθοριστούν με συγκεκριμένους αλγόριθμους ελαχιστοποίησης του αριθμού των δρομολογίων ή των διανυθέντων χιλιομέτρων, λαμβάνοντας υπόψη και όλους τους περιορισμούς (χρονικούς, κυκλοφοριακούς, όγκου μεταφοράς, διαθεσιμότητας οδηγού). Αντί γι'

αυτό έχετε εναποθέσει τις ελπίδες σας σε ένα εμπνευσμένο στέλεχος σας να κάνει τους συνδυασμούς και να βγάλει σε συνήθως πιεσμένο χρονικά πλαίσιο το άριστο των δρομολογίων. Εάν δεν είναι εμπνευσμένο το άτομο αυτό, ακόμα χειρότερα για το λειτουργικό σας κόστος. Η γεωγραφική πληροφορία που μπορεί να μετατραπεί σε γνώση αποτελεί συγκριτικό πλεονέκτημα και η σύγχρονη τεχνολογία έχει συγκεκριμένα εργαλεία και λύσεις που οδηγούν σε αυτή. Θα περιμένετε να μπειτε στο τρένο όταν θα είναι γεμάτο και θα φεύγει από τον σταθμό ή θα πάρετε μια θέση από τώρα; Η Telenavis Hellas A.E. δημιουργεί για τους πελάτες της γεωγραφικώς ευφυή συστήματα πληροφορικής και στοχεύει στη συνεχή ανάπτυξη νέων εφαρμογών και την παροχή εξελιγμένων υπηρεσιών. Μέσα στα 3 έτη που δραστηριοποιείται έχει επενδύσει πάνω από 2 εκατ. ευρώ στην ανάπτυξη προϊόντων γεωγραφικής πληροφορικής και ψηφιακών υποβάθρων για την ελληνική αγορά και έχει δημιουργήσει ισχυρές συμμαχίες με εταιρίες που πρωτοπορούν στη διεθνή σκηνή για τη μεταφορά τεχνολογίας.